



UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA
Recinto Universitario Simón Bolívar
Facultad de Tecnología de la Industria

TITULO:

Estudio de prefactibilidad para la instalación de Mini-Supermercado en el municipio de Tisma departamento de Masaya.

Trabajo Monográfico Elaborado por:

Br. Loaisiga López, Edel del Rosario.

Br. Aguilar Mejía, Nadia Joseline.

Br. Altamirano Toruño, Porfirio Gamaliel.

PARA OPTAR AL TÍTULO:

Ingeniero de Industrial

Tutor:

López Artola, Fernando José.

Managua, Nicaragua 2014



INTRODUCCIÓN

Los supermercados¹ es a aquel establecimiento que tiene como principal finalidad acercar a los consumidores una importante variedad de productos de diversas marcas, precios y estilos.

Este estudio de pre-factibilidad para la instalación de un Mini- supermercado en el municipio de Tisma, ubicado en la zona central de Tisma frente al parque municipal; consiste en conocer los factores que influyen en el proyecto tales como: variables mercadotécnicas (producto, precio, plaza y promoción), ingeniería de proyecto y evaluación y análisis financiero. La ingeniería de proyecto explica cómo se producirá el servicio, definiéndose como:

La ubicación del mini súper y sus instalaciones.

- Quienes son los proveedores.
- Materiales a utilizar.
- Equipos y herramientas a utilizar
- Requerimientos de recursos humanos.
- Estructura organizativa.

Además se describen los presupuestos de inversión, gastos administrativos y de venta y cotizaciones a realizar para la implementación del mismo.

En el análisis económico financiero se presentan los resultados de la viabilidad financiera del mismo, incluyendo el Valor Presente Neto (VPN), Tasa Interna De Retorno (TIR) y Periodo de Recuperación de la inversión.

¹[Wikipedia.org/wiki/supermercado](https://es.wikipedia.org/wiki/Supermercado)



ANTECEDENTES

La iniciativa de investigación de la instalación de un Mini-supermercado en el departamento de Masaya municipio de Tisma surge de la oportunidad de negocio que se ve, debido a que en dicho municipio desde sus inicios y en la actualidad no cuenta con un Mini-supermercado en la zona que satisfaga las necesidades de compra de los clientes.

Los hogares en el municipio de Tisma ha ido incrementando en los últimos años teniendo una tasa de crecimiento del 0.025 por ciento, con un total de hogares actual de 3400² viviendas en dicho municipio, además se han construido residenciales cercanos al municipio y una carretera que conecta a Masaya, Tipitapa, Managua lo que constituyen un mercado potencial para dicho negocio, debido al incremento en la poblacional se ve la necesidad de que exista un Mini-supermercado en la zona que supla las necesidades de los habitantes, ya que ellos han recurrido a medios alternativos para conseguir los productos básicos para el hogar, unos realizan sus compras en el mercado de Masaya por lo que incurren en un gasto adicional de transporte, otros optan por comprar en las pequeñas pulperías de la zona.

² Información brindada por Alcaldía de Tisma



JUSTIFICACION

La instalación de un mini-súper en el municipio de Tisma producirá beneficios sociales como la creación de fuentes de empleos y contribuirá al desarrollo económico de este municipio.

Se pretende incursionar en este mercado, debido a que en este municipio carece de un sitio especial para que los habitantes de esta zona puedan realizar sus compras de acuerdo a sus exigencias y necesidades, será un mini- súper que ofrecerá variedad de productos, calidad, infraestructura adecuada, limpieza, buena atención, seguridad, promociones y precios competitivos.

Entre los beneficios más sobresalientes con la elaboración de este estudio es la facilidad de adquirir producto necesario para el hogar, así como también productos farmacéuticos mejorando así las condiciones de vida de los pobladores de Tisma. Cabe destacar que se lograra reducir tiempo y dinero a dichos pobladores y brindará a los consumidores un ambiente agradable y seguro para comprar víveres con calidad, frescura y economía.



OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Determinar la factibilidad de la instalación de un Mini-supermercado en el municipio de Tisma.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Realizar un estudio de mercado para cuantificar los requerimientos necesarios para la instalación del Mini-supermercado.
- Definir el Tamaño Óptimo, Micro Localización, y la Ingeniería del Proyecto para el Mini-supermercado mediante un Estudio Técnico.
- Determinar los Flujos Netos de Efectivo y la Inversión Inicial mediante un Estudio Financiero.
- Analizar la Rentabilidad Financiera del Proyecto mediante los Métodos de VPN, TIR, Plazo de Recuperación de la Inversión, Apalancamiento y Sensibilidad Financiera.



MARCO TEORICO

REVISION BIBLIOGRAFICA:

Se inició consultando fuentes de datos secundarios como: Kotler, Philip y Keller Lane, Kevin. (2006). Dirección de Marketing Duodécima Edición. México: Pearson Educación. Baca Urbina internet, También hicimos uso de monografías.

FUNDAMENTOS TEORICOS:

En este acápite se detallaran los conceptos que nos ayudara a llevar a cabo el plan de pre factibilidad para el lanzamiento de un Supermercado novedoso para el municipio de Tisma que consiste en llevar a los hogares los productos básicos y necesarios.

Proyecto:

Un proyecto puede surgir como respuesta a una idea que busca la forma de aprovechar un negocio (sapag y sapag, 2010).para evaluar si la inversión necesaria para llevar a cabo dicho proyecto tendrá bases justificadas, se debe evaluar y estructurar idóneamente tal proyecto con la finalidad de obtener los patrones a seguir.

Baca Urbina distingue tres niveles de profundidad en un estudio de evaluación de proyectos. El primero consiste en la identificación de la idea en la cual no se realiza investigación de campo sino que se basa en objetivos subjetivos. El segundo nivel se denomina estudio de pre factibilidad o ante proyecto, el cual es la base metodológica que rige este documento, que pretende determinar si es rentable asignar recursos para la instalación de un supermercado que supla las necesidades básicas de compra de los pobladores de Tisma (Baca Urbina, 2001).

El tercero es el más profundo y definitivo y es conocido como estudio de factibilidad o proyecto definitivo. Este contiene toda la información del anteproyecto pero se puntualizan aspectos que en el estudio de pre factibilidad se presentan como puntos alternativos y se indagan en aspectos prácticos con mayor precisión.



Estudio de pre factibilidad:

El estudio de pre factibilidad es una investigación breve sobre el marco de factores que afectan el proyecto. En este se debe investigar las diferentes técnicas (sin existen) de producir el bien o servicio bajo estudio y las posibilidades de adaptarlas a la región.

Además se debe analizar la disponibilidad de los principales insumo que requiere el proyecto y realizar un sondeo de mercado que refleje en forma aproximada las posibilidades del nuevo producto, en lo relacionado a su aceptación por parte de los futuros consumidores y su forma de distribución.

El estudio de pre factibilidad debe tener como mínimo los siguientes aspectos:

1. El Diagnóstico de la situación actual, que identifique el problema a solucionar con el proyecto. Para este efecto, debe incluir el análisis de la oferta y demanda del bien o servicio que el proyecto generará.
2. La identificación de la situación “Sin proyecto” que consiste en establecer lo que pasaría en caso de no ejecutar el proyecto, considerando la mejor utilización de los recursos disponibles.
3. El análisis técnico de la ingeniería del proyecto de las alternativas técnicas que permitan determinar los costos de inversión y los costos de operación del proyecto.
4. El tamaño del proyecto que permita determinar su capacidad instalada.
5. La localización del proyecto, que incluye el análisis del aprovisionamiento y consumo de los insumos, así como la distribución de los productos.
6. El análisis de la legislación vigente aplicable al proyecto en temas específicos como contaminación ambiental y eliminación de desechos.
7. Ficha ambiental.
8. La evaluación socioeconómica del proyecto que permita determinar la conveniencia de su ejecución y que incorpora los costos ambientales generados por las externalidades consistentes con la ficha ambiental.
9. La evaluación financiera privada del proyecto sin financiamiento que permita determinar su sostenibilidad operativa.



10. El análisis de sensibilidad y/o riesgo, cuando corresponda, de las variables que inciden directamente en la rentabilidad de las alternativas consideradas más convenientes.

11. Las conclusiones del estudio que permitan recomendar alguna de las siguientes decisiones:

- a. Postergar el proyecto.
- b. Reformular el proyecto.
- c. Abandonar el proyecto.

Continuar su estudio a nivel de factibilidad. El estudio de pre factibilidad debe concentrarse en la identificación de alternativas y en el análisis técnico de las mismas, el cual debe ser incremental. Es decir, debe realizarse comparando la situación "con proyecto" con la situación "sin proyecto".

El estudio de pre factibilidad se lleva a cabo con el objetivo de contar con información sobre el proyecto a realizar, mostrando las alternativas que se tienen y las condiciones que rodean al proyecto. Este estudio de pre factibilidad se compone de:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio financiero
- Evaluación financiera

Estudio de mercado³:

Es el primer paso de un estudio de pre factibilidad es aquel que busca proyectar valores a futuro; buscará predecir variaciones en la demanda de un bien, niveles de crecimiento en las ventas, potencial de mercados a futuro, número de usuarios en un tiempo determinado, comportamiento de la competencia, etc. En cualquier estudio predictivo, generalmente se deberán tomar en cuenta elementos como el comportamiento histórico de la demanda, los cambios en las estructuras de mercado, el aumento o la disminución del nivel de ingresos.

³ Kotler, Philip y Keller Lane Kevin "Dirección de marketing "Pearson education. México (2006)



Es el análisis y la determinación de la oferta y la demanda. Además, se pueden determinar muchos costos de operación simulando la situación futura y especificando las políticas y los procedimientos que se utilizarán como estrategia publicitaria.

Mercado y Clases de mercado:

Un mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o deseo determinado que se puede satisfacer mediante intercambios y relaciones. Así, el tamaño de un mercado depende del tamaño de personas que siente la necesidad, cuentan con los recursos para realizar un intercambio y están dispuestos a ofrecer dichos recursos a cambio de lo que desean. (Kotler y Armstrong. 2003, p.14), a fin de realizar un análisis efectivo los mercados se dividen en tres principales clases:

Mercados de consumidores:

Las empresas que venden y servicios de consumo masivo, como bebidas refrescantes, cosméticas, boletos de avión, calzado y equipo deportivo, invierte mucho tiempo en crear una imagen de marca superior. Gran parte de la fuerza de la marca depende de si se consigue desarrollar un producto y un empaque superiores, de si logra garantizar su disponibilidad y de si se respalda con una publicidad atractiva y con un servicio fiable. El mercado de consumidores está en constante evolución, lo que complica considerablemente esta tarea.

Mercados de empresas:

Las empresas que venden bienes y servicios a otras empresas se enfrentan a un mercado de profesionales bien formados e informados capaces de valorar las diferentes ofertas competidoras. Las empresas compran bienes para poder fabricar o revender un producto a terceros y, a cambio, obtener un beneficio. Los profesionales de marketing dirigido a empresas deben demostrar como contribuirán sus productos a que las compañías consigan mayores ingresos o pueda reducir costos. La publicidad desempeña un papel importante, pero más importante aún resultan las fuerzas de venta, el precio y la reputación de lealtad y calidad de los productos que ofrece la empresa.



Mercados globales:

Las empresas que venden bienes y servicios en el mercado internacional se enfrentan a decisiones y desafíos adicionales, por ejemplo deben decidir en qué países estarán presentes, como entraran en cada país (como exportadores, mediante la concesión de licencias, a través de sociedades de capital de riesgo como fabricantes subcontratados o como fabricante independiente)

Mercados no lucrativos y sector público

Las empresas que venden sus productos a organizaciones no lucrativos como iglesias, universidades, instituciones de beneficencias o entidades gubernamentales deben prestar mucha atención al precio de sus productos puesto que estas organizaciones suelen tener una capacidad de compra limitada. Los precios reducidos influyen sobre las características y la calidad que puede ofrecer el vendedor. Muchas de las compras del sector público se realizan mediante licitaciones en las que por lo general se eligen la oferta de menor precio cuando las características de las demás ofertas son similares.

Demanda:

Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicio que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

En relación a su oportunidad existen dos tipos:

- Demanda insatisfecha: es la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.
- Demanda satisfecha: es en la que lo ofrecido en el mercado es exactamente lo que este se requiere. Se puede reconocer dos tipos de demanda satisfecha:
 - Satisfecha saturada: la que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente. Es muy difícil encontrar esta situación en un mercado real.
 - Satisfecha no saturada: es la que se encuentra aparentemente satisfecha pero que se puede hacer creer mediante el uso adecuado de herramientas mercadotécnicas, como la oferta y la publicidad.



Fuentes secundarias de información⁴:

Son aquellas que reúnen la información escrita que existe sobre el tema, ya sean estadísticas del gobierno, libros. Entre las razones que justifican sus usos se pueden citar las siguientes:

- 1.- pueden solucionar el problema sin necesidad de que se obtengan información de fuentes primaria y por eso son las primeras que deben buscarse.
- 2.- sus costos de búsquedas son muy bajos en comparación con el uso de fuentes primarias.
- 3 - Aunque no resuelven el problema, pueden ayudar a formular una hipótesis sobre la solución y contribuir a la planeación de la recolección de datos de fuentes primarias.

⁴ Baca Urbina “Evaluación De Proyecto” Pagina N° 19.



Fuentes primarias de información:

Las fuentes primarias están constituida por el propio usuario o consumidor del producto de manera que para obtener información de él es necesario entrar en contacto directo, esta se puede hacer de tres formas:

1.-observar directamente la conducta del usuario. Consiste en acudir donde está el usuario y observar la conducta que tiene.

2.- método de experimentación. Aquí el investigador obtiene información directa del usuario aplicando y observando cambios de conducta, trata de describir relaciones causa-efecto, es usual en productos ya existentes en el mercado.

3.-acercamiento y conservación directa con el usuario. Si en la evaluación de un producto nuevo lo que interesa es determinar que le gustaría al usuario consumir y cuáles son los problemas actuales que hay en el abastecimiento de productos similares, no existe mejor forma de saberlo que preguntarle directamente a los interesados por medio de un cuestionario.

En este estudio utilizaremos esta última ya que nos permitirá a fondo saber lo que los consumidores busca al momento de alimentar a sus hijos de una forma sana y divertida.



Análisis de la oferta⁵:

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de ofertante están dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

Principales tipos de ofertas:

Oferta competitiva o mercado libre: es en la que los productores se encuentran en circunstancia de libre competencia, sobre todo debido a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor.

Oferta oligopólica:

Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por solo unos cuantos productores.

Oferta monopolica:

Es en la que existe un solo productor del bien o servicio, y por tal motivo domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente productor único. Si el productor domina o posee más del 95% del mercado siempre impondrá precio y calidad.

La segmentación de mercado:

Es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

Una buena segmentación debe tener como resultado subgrupos o segmentos de mercado con las siguientes características:

1. Ser intrínsecamente homogéneos (similares): los consumidores del segmento deben de ser lo más semejantes posible respecto de sus probables respuestas ante las variables de la mezcla de marketing y sus dimensiones de segmentación.

⁵ Baca Urbina Pagina N°48.



2. Heterogéneos entre sí: los consumidores de varios segmentos deben ser lo más distintos posible respecto a su respuesta probable ante las variables de la mezcla de marketing.
3. Bastante grandes: para poder garantizar la rentabilidad del segmento.
4. Operacionales: Para identificar a los clientes y escoger las variables de la mezcla de marketing. Se debe de incluir la dimensión demográfica para poder tomar decisiones referentes a la plaza y la promoción.

Beneficios de la Segmentación de mercados.

- Permite la identificación de las necesidades de los clientes dentro de un sub-mercado y el diseño más eficaz de la mezcla de marketing para satisfacerlas.
- Las empresas de tamaño mediano pueden crecer más rápido si obtienen una posición sólida en los segmentos especializados del mercado.
- La empresa crea una oferta de producto o servicio más afinada y pone el precio apropiado para el público objetivo.
- La selección de canales de distribución y de comunicación se facilita en mucho.
- La empresa enfrenta menos competidores en un segmento específico
- Se generan nuevas oportunidades de crecimiento y la empresa obtiene una ventaja competitiva considerable.

Proceso de Segmentación de mercados.

Estudio:

Se examina el mercado para determinar las necesidades específicas satisfechas por las ofertas actuales, las que no lo son y las que podrían ser reconocidas. Se llevan a cabo entrevistas de exploración y organiza sesiones de grupos para entender mejor las motivaciones, actitudes y conductas de los consumidores. Recaba datos sobre los atributos y la importancia que se les da, conciencia de marca y calificaciones de marcas, patrones de uso y actitudes hacia la categoría de los productos; así como, datos demográficos, psicográficos, etc.



Análisis:

Se interpretan los datos para eliminar las variables y agrupar o construir el segmento con los consumidores que comparten un requerimiento en particular y lo que los distingue de los demás segmentos del mercado con necesidades diferentes.

Preparación de perfiles:

Se prepara un perfil de cada grupo en términos de actitudes distintivas, conductas, demografía, etc. Se nombra a cada segmento con base a su característica dominante. La segmentación debe repetirse periódicamente porque los segmentos cambian. También se investiga la jerarquía de atributos que los consumidores consideran al escoger una marca, este proceso se denomina partición de mercados. Esto puede revelar segmentos nuevos de mercado.

Tipos de Segmentación de mercado:

- Segmentación Geográfica: subdivisión de mercados con base en su ubicación. Posee características mensurables y accesibles.
- Segmentación Demográfica: se utiliza con mucha frecuencia y está muy relacionada con la demanda y es relativamente fácil de medir. Entre las características demográficas más conocidas están: la edad, el género, el ingreso y la escolaridad.
- Segmentación Psicográfica: Consiste en examinar atributos relacionados con pensamientos, sentimientos y conductas de una persona. Utilizando dimensiones de personalidad, características del estilo de vida y valores.
- Segmentación por comportamiento: se refiere al comportamiento relacionado con el producto, utiliza variables como los beneficios deseados de un producto y la tasa a la que el consumidor utiliza el producto.

Análisis de Precios:

Según Baca Urbina (2010), el precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio cuando la oferta y demanda están en equilibrio.



Los precios se tipifican como:

- Internacional: Es el que se usa para artículos de importación-exportación. Normalmente esta cotizado en dólares Estadounidenses y FOB (libre a bordo) en el país de origen.
- Regional Externo: Es el precio vigente solo en parte de un continente. Rige para acuerdos de intercambio económico solo en esos países y el precio cambia si se sale de esa región.
- Regional Interno: Es el precio vigente en solo una parte del país. Rigen normalmente para artículos que se producen y consumen en esa región; si se desea consumir en otra, el precio cambia.
- Local: Precio vigente en una población o poblaciones pequeñas y cercanas. Fuera de esa localidad el precio cambia.
- Nacional: Es el precio vigente en todo el país y normalmente lo tienen productos con control especial de precios o artículos industriales muy especializados.

En cualquier tipo de producto hay diferentes calidades y distintos precios. Para determinar el precio de venta se sigue una serie de consideraciones tales como; la base de todo precio de venta es el costo de producción, administración y ventas, más una ganancia; la segunda consideración, es la demanda potencial del producto y las condiciones económicas del país; la reacción de la competencia es el tercer factor importante a considerar; el comportamiento del revendedor es otro factor muy importante en la fijación del precio; otra de las consideraciones más importantes en la fijación del precio es la estrategia de mercadeo. (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010).

Análisis de la Comercialización

La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar; es decir, una buena comercialización es la que coloca al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al consumidor la satisfacción que él espera con la compra. (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010).



Normalmente ninguna empresa está capacitada, sobre todo en recursos materiales para vender todos los productos directamente al consumidor final, por lo que se hace uso del canal de distribución, que es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria. (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010).

De acuerdo con Baca Urbina (2010), existen dos tipos de productores claramente diferenciados: los de consumo en masa y los de consumo industrial. Los canales de distribución de cada uno son:

➤ Canales para productos de consumo popular.

1A. Productores-consumidores: Este canal es la vía más corta, simple y rápida. Se utiliza cuando el consumidor acude directamente a la fábrica a comprar los productos, también incluye las ventas por correo.

1B. Productores-minoristas-consumidores: Es un canal muy común y la fuerza se adquiere al entrar en contacto con más minoristas que exhiban y vendan los productos.

1C. Productores-mayoristas-minoristas-consumidores: El mayorista entra como auxiliar al comercializar productos más comercializados.

1D. Productores-agentes-mayoristas-minoristas-consumidores: Aunque es el canal más indirecto, es el más utilizado por empresas que venden sus productos a cientos de kilómetros de su sitio de origen.

➤ Canales para productos industriales.

2A. Productor-usuario industrial: Es usado cuando el fabricante considera que la venta requiere atención personal al consumidor.

2B. Productor-distribuidor industrial-usuario industrial: El distribuidor es equivalente al mayorista. La fuerza de ventas de ese canal reside en que el productor tenga contacto con muchos distribuidores.

2C. Productor-agente-distribuidor-usuario industrial: Es la misma situación del 1D, es decir, se usa para realizar ventas en lugares muy lejanos.



Estudio Técnico:

El estudio técnico presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización optima de ésta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal. (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010).

Tamaño Óptimo de la Planta

El tamaño óptimo de la planta, es la capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica. (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010)

Baca Urbina (2010), plantea, que una etapa indispensable para determinar y optimizar la capacidad de una planta, es conocer al detalle la tecnología que se empleará. Después de esto se entra a un proceso iterativo donde intervienen, al menos, los siguientes factores:

- La cantidad que se desea producir, la cual, a su vez, depende de la demanda potencial que se calculó en el estudio de mercado y de la disponibilidad de dinero.
- La intensidad en el uso de la mano de obra que se quiere adoptar: procesos automatizados, semiautomatizados o con abundante mano de obra en las operaciones.
- La cantidad de turnos de trabajo. Puede ser un solo turno de trabajo con una duración de diez horas, dos turnos con una duración de nueve horas, tres turnos diarios de ocho horas, o cualquier otra variante.
- La optimización de la mano de obra.



Localización de la Planta

La localización óptima de un proyecto es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social). (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010).

Tomando en cuenta, también, la opinión de Sapag Chain (2010), nos dice que las alternativas de instalación de la planta deben compararse en función de las fuerzas locacionales típicas de los proyectos. Algunas de los factores que deben incluirse son:

- Medios y costos de Transporte.
- Disponibilidad y costos de mano de obra.
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento.
- Factores ambientales.
- La optimización de la mano de obra.
- Cercanía del mercado.
- Costo y disponibilidad de terrenos.
- Estructura impositiva y legal.
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros.
- Comunicaciones.
- Posibilidad de desprenderse de desecho.



Ingeniería del Proyecto:

La ingeniería del proyecto resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010).

Baca Urbina (2010), define el proceso de producción como el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura. Por manufactura se entiende como la actividad de tomar insumos, como las materias primas, mano de obra, energía, etc., y convertirlos en productos. Se han especificado cinco tipos genéricos de procesos de manufactura:

- **Manufactura por proyecto;** se refiere al hecho de construir algún producto por única ocasión, o en dos o tres ocasiones.
- **Manufactura por órdenes de producción;** implica elaborar determinada cantidad de producto con ciertas características, para lo cual se requiere de personal con habilidades especiales, con experiencia, que utilizan equipo productivo especializado y para elaborar la producción se fija un tiempo límite.
- **Manufactura por lotes;** se presenta cuando se fabrica un producto similar en grandes cantidades sobre la base de operaciones repetitivas. En la manufactura por lotes es tan alto el volumen de producción que el proceso permanece vigente por años, por lo cual es posible dividir el proceso en operaciones sencillas y de esta forma pueden ser muy bien estudiadas y optimizadas.
- **Manufactura por línea;** se utiliza cuando una empresa que elabora una gama de productos fabrica uno con mayor demanda que los demás; entonces se considera que vale la pena hacer una línea de producción exclusiva para este artículo.
- **Manufactura de procedimiento continuo;** es en la que una materia prima pasa a través de varios procesos y con ella se elaboran diversos productos sin interrupción; este procedimiento puede durar meses o años.

- El análisis de proceso o la tecnología, facilita la distribución de la planta aprovechando el espacio disponible en forma óptima, lo cual, a su vez, optimiza la operación de la planta mejorando los tiempos y movimientos de los hombres y las máquinas. (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010)
- Para representar y analizar el proceso productivo existen varios métodos, algunos de los cuales son:

1. **Diagrama de bloques;** es el método más sencillo para representar un proceso. Consiste en que cada operación unitaria ejercida sobre la materia prima se encierre en un rectángulo; cada rectángulo o bloque se une con el anterior y el posterior por medio de flechas que indican tanto secuencia de las operaciones como la dirección del flujo.
2. **Diagrama de flujo del proceso;** este tipo de diagrama posee más detalles e información que el diagrama de bloques y este utiliza simbología internacionalmente aceptada para representa las operaciones efectuadas. La simbología es la siguiente:



Operación, significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medio físicos, mecánicos o químicos o la combinación de los tres.



Transporte, es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora.



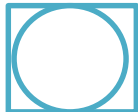
Demora, se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente. En otras ocasiones el propio proceso exige una demora.



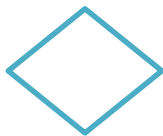
Almacenamiento, tanto de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.



Inspección, es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto.



Operación combinada, ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas.



Alternativa: Se usa para indicar que en algún momento del proceso se pueden tomar distintos cursos de acción.

Se pueden mencionar, también, otros tipos de diagramas, tales como, el Diagrama Analítico, el Diagrama de hilos y diagrama de recorrido, el Iconograma y el Diagrama Sinóptico.

Baca Urbina (2010), explica, que cuando llega el momento de decidir sobre la compra de equipos y maquinarias, se deben tomar en cuenta una serie de factores que afecten directamente la elección como:

- **Proveedor;** es útil para la presentación formal de las cotizaciones.
- **Precio;** se utiliza en el cálculo de la inversión inicial.
- **Dimensiones;** dato que se usa al determinar la distribución de la planta.
- **Capacidad;** de este depende el número de máquinas que se adquieran. Cuando ya se conocen las capacidades disponibles hay que hacer un balance de líneas para no comprar capacidad ociosa o provocar cuellos de botellas.
- **Flexibilidad;** esta característica se refiere a que algunos equipos son capaces de realizar operaciones y procesos unitarios en ciertos rangos provocan en el material cambios físicos, químicos o mecánicos en distintos niveles.
- **Mano de obra necesaria;** es útil al calcular el costo de mano de obra directa y el nivel de capacitación que se requiere.



- **Costo de mantenimiento;** se emplea para calcular el costo anual del mantenimiento. Este dato lo proporciona el fabricante como un porcentaje del costo de adquisición.
- **Consumo de energía eléctrica;** otro tipo de energía o ambas; sirve para calcular este tipo de costos. Se indica en una placa que traen todos los equipos, para señalar su consumo en watts/hora.
- **Infraestructura necesaria;** se refiere a que algunos equipos requieren alguna infraestructura especial.
- **Equipos auxiliares.**
- **Costo de los fletes y de seguro;** debe verificarse si se incluyen en el precio original o si deben pagarse por separado y a cuánto ascienden.
- **Costo de la instalación y puesta en marcha;** se verifica si se incluye en el precio original o si debe pagarse por separado y a cuánto ascienden.
- **Existencia de refacciones en el país;** La distribución de Planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de bienestar y seguridad para los trabajadores. (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010).

Baca Urbina (2010), dice la distribución de planta está determinada por:

- El tipo de producto (ya sea de un servicio, el diseño del producto y los estándares de calidad).
- El tipo de proceso productivo (tecnología empleada y materiales que se requieren).
- El volumen de producción (tipo continuo y alto volumen o intermitente y bajo volumen de producción).



Baca Urbina (2010), también define tres tipos básicos de distribución de planta:

- **Distribución por proceso;** agrupa a las personas y al equipo que realizan funciones similares y hacen trabajos rutinarios en bajos volúmenes de producción.
- **Distribución por producto;** agrupa a los trabajadores y al equipo de acuerdo con la secuencia de operaciones realizadas sobre el producto o usuario.
- **Distribución por componente fijo;** aquí la mano de obra, los materiales y los equipos acuden al sitio de trabajo.

Los métodos para realizar la distribución por proceso o funcional son; el diagrama de recorrido, el cual consiste en un método de prueba y error que busca reducir al mínimo posible los flujos no adyacentes colocando en la posición central a los departamentos más activos; y el segundo método es el método SPL (Systematic Layout Planning), que utiliza una técnica poco cuantitativa al proponer distribuciones con base en la conveniencia de cercanía entre los departamentos. (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010).

Aspectos Organizacionales

En cada proyecto de inversión se presentan características específicas y normalmente únicas, que obligan a definir una estructura organizativa acorde con los requerimientos propios que exija su ejecución. Diversas teorías se han desarrollado para definir el diseño organizacional del proyecto. La teoría clásica de la organización se basa en los principios de administración propuestos por Henri Fayol: a) el principio de la división del trabajo para lograr la especificación; b) el principio de la unidad de dirección que postula la agrupación de actividades que tiene un objetivo común, bajo la dirección de un solo administrador; c) el principio de la centralización, que establece el equilibrio entre la centralización y la descentralización, y d) el principio de autoridad y responsabilidad. (Sapag, 2010).



La teoría de la organización burocrática de Max Weber, señala que la organización debe adoptar ciertas estrategias de diseño para racionalizar las actividades colectivas. Entre estas se destacan la división del trabajo, la coordinación de las tareas, la delegación de autoridad y el manejo impersonal y formalista del funcionario. (Sapag, 2010).

Según Sapag Chain (2010); el diseño de la estructura administrativa requiere fundamentalmente la definición de la naturaleza y el contenido de cada puesto de la organización. Al caracterizar así cada cargo de ella, podrá estimarse el costo en remuneraciones administrativas del proyecto. Para hacerlo será preciso diseñar las características del trabajo y las habilidades necesarias para asumir los deberes y las responsabilidades necesarias que le corresponde.

Baca Urbina (2010); cita, algunos aspectos relacionados con la empresa en lo que concierne al marco legal son:

Mercado:

- Legislación sanitaria sobre los permisos que deben obtenerse, la forma de presentación del producto, sobre todo en el caso de los alimentos.
- Elaboración y funcionamiento de contratos con proveedores y clientes.
- Permisos de vialidad y sanitarios para el transporte del producto.

Localización:

- Estudio de posesión y vigencia de los títulos de bienes raíces.
- Litigios, prohibiciones, contaminación ambiental, uso intensivo de aguas en determinadas zonas.
- Apoyos fiscales por medio de exención de impuestos, a cambio de ubicarse en determinada zona.
- Gastos notariales, transferencias, inscripción al registro público de la Propiedad y el Comercio.
- Determinación de los honorarios de los especialistas o profesionales que efectúen todos los trámites necesarios.



Estudio Técnico:

- Transferencia de tecnología.
- Compra de marca y patentes. Pago de regalías.
- Aranceles y permisos necesarios en caso de que se importe alguna maquinaria o materia prima.
- Leyes contractuales, en caso que se requieran servicios externos.

Administración y organización:

- Leyes que regulan la contratación de personal sindicalizado y de confianza. Pago de utilidades al finalizar el ejercicio.
- Prestaciones sociales a los trabajadores. Vacaciones, incentivos, seguridad social, ayuda a la vivienda, etcétera.
- Leyes sobre la seguridad industrial mínima y obligaciones patronales en el caso de accidentes de trabajo.

Aspectos financieros y contables:

- La Ley del Impuesto sobre la Renta rige lo concerniente a: tratamiento fiscal sobre la depreciación y amortización, método fiscal para la valuación de inventario, pérdidas o ganancias de operación, cuentas incobrables, impuestos por pagar, ganancias retenidas, gastos que puedan deducirse de impuestos y los que no están sujetos a esta política, etc.
- Si la empresa adquiere un préstamo de alguna institución crediticia, hay que conocer las leyes bancarias y de las instituciones de crédito, así como las obligaciones contractuales que de ellos se derivan.

Estudio Financiero

- El estudio financiero ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la elaboración económica.

Según Baca Urbina (2010), el costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costos hundidos), en el presente (inversión), en el futuro (costo futuro) o en forma virtual (costo de oportunidad).



Los costos de producción no son más que un reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico los cuales son:

- **Costo de materia prima;** no se debe tomar en cuenta sólo la cantidad de producto final que se desea, sino también la merma propia de cada proceso productivo.
- **Costos de mano de obra;** para este cálculo se consideran las determinaciones del estudio técnico. Hay que dividir la mano de obra del proceso en directa e indirecta. La mano de obra directa es aquella que interviene personalmente en el proceso de producción, se refiere en específico a los obreros. La mano de obra indirecta se refiere a quienes aun estando en producción no son obreros, tales como supervisores, jefes de turno, gerente de producción, etc.
- **Costos de energía eléctrica;** el principal gasto por este insumo en una empresa de manufactura se debe a los motores eléctricos que se utilizan en el proceso. Para su cálculo se toma en cuenta la capacidad de cada uno de los motores que intervienen en las operaciones del proceso y el tiempo que permanecen en operación por día.
- **Costos de agua;** es un insumo importante en algunos tipos de procesos productivos.
- **Combustibles;** se considera cualquier tipo de combustible que se utilice en el proceso, tal como gas, diésel, gasolina, etc.
- **Control de calidad;** durante años se consideró a la función de control de calidad como dependiente de la gerencia de producción. Actualmente, el departamento de control de calidad tiene autonomía y es una función muy importante en la empresa moderna. Si se decide realizar el control de calidad en las propias instalaciones debe tomarse en cuenta que se requiere de una inversión en equipo de un área disponible, de personal capacitado que realice cotidianamente los análisis o las pruebas correspondientes y que muchas de ellas requieren sustancias químicas.



En caso contrario, es decir, cuando los promotores del proyecto deciden no tener un departamento de control de calidad dentro de la propia industria, entonces deberán contratar un servicio externo que realice tales pruebas y lleve a cabo esta función cotidianamente.

Cualquiera que sea la decisión, dentro de los costos de producción siempre deberá aparecer un rubro llamado costos de control de calidad.

- **Mantenimiento;** el cálculo de este rubro es similar al de control de calidad. Los promotores del proyecto decidirán si esta actividad se realiza dentro de la empresa o si se contrata un servicio externo. Sin importar cuál sea la decisión, los costos de producción siempre deberán contener un concepto llamado costos de mantenimiento.
- **Cargos de depreciación y amortización;** son costos virtuales, es decir se tratan y tienen el efecto de un costo, sin serlo. Para calcular el monto de los cargos se utilizan los porcentajes autorizados por la ley tributaria vigente en el país. Los cargos de depreciación y amortización, además de reducir el monto de los impuestos, permiten la recuperación de la inversión por el mecanismo fiscal que la propia ley tributaria ha fijado.
- **Otros costos;** también existen otros gastos por detergentes, refrigerantes, uniformes de trabajo, dispositivos de protección para los trabajadores, etc. Su importe es tan pequeño en relación con los demás costos, que tal vez no vale la pena determinarlos detalladamente.
- **Costos para combatir la contaminación;** en la actualidad, además de la existencia de leyes que protegen el ambiente, se cuenta con las normas ISO 14000, que aun cuando no son obligatorias para las empresas contaminantes cada día se ejerce más presión para que las adopten, instalen equipos anticontaminantes y elaboren programas definidos para que a mediano plazo dejen de contaminar. Combatir la contaminación proveniente de un proceso productivo requiere de inversión en equipos y un costo periódico para mantener y controlar el o los equipos adquiridos para combatir la contaminación.



- **Los Costos de Administración** son, como su nombre lo indica, los costos que provienen de realizar la función de administración en la empresa. Fuera de las dos otras grandes áreas de una empresa, que son producción y ventas, los gastos de todos los demás departamentos o áreas que pudieran existir en una empresa se cargarán a administración y costos generales. (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010).
- **Los Costos de Ventas:** en ocasiones el departamento de ventas también es llamado de Mercadotecnia. En este sentido vender no significa solo hacer llegar el producto al intermediario o consumidor, sino que implica una actividad mucho más amplia. Mercadotecnia abarca, entre muchas actividades, la investigación y el desarrollo de nuevos mercados o de nuevos productos adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores; el estudio de la estratificación del mercado; las cuotas y el porcentaje de participación de la competencia en el mercado; la adecuación de la publicidad que realiza la empresa; la tendencia de las ventas; etc. La magnitud del costo de venta dependerá tanto del tamaño de la empresa, como del tipo de actividades que los promotores del proyecto quieran que desarrolle el departamento. (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010).
- **Los Costos financieros:** son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es registrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay porque cargarlo a un área específica. La ley tributaria permite cargar estos intereses como gastos deducibles de impuestos. (Urbina, Evaluación de Proyectos Sexta Edición, 2010).



- La **Inversión Inicial** comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo. (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010).

Se entiende por **activo tangible** (que se puede tocar) o fijo, a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. En cuanto al activo intangible son el conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos pre operativos, de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios, estudios que tiendan a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa, etc. (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010).

La **depreciación** tiene exactamente la misma connotación que amortización, pero el primero solo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos; es decir se deprecian; en cambio la **amortización** solo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que, por ejemplo, si se ha comprado una marca comercial, está, con el uso del tiempo, no baja de precio o se deprecia, por lo que el término amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión. (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010)

El **Capital de Trabajo**, desde el punto de vista contable, se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa. (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010).



El análisis **del Punto de Equilibrio** es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables. (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010).

En el análisis del **Estado de Resultados** o de pérdidas y ganancias, se calcula la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar. (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010).

El análisis **del Punto de Equilibrio** es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables. (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010).

En el análisis del **Estado de Resultados** o de pérdidas y ganancias, se calcula la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar. (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010).

El **Balance General** tiene como objetivo principal determinar anualmente cual se considera que es el valor real de la empresa en ese momento. Cuando se realiza el análisis económico de un proyecto se debe presentar el balance general, se recomienda solo referirse al balance general inicial; es decir, sería conveniente presentar un balance a lo largo de cada uno de los años considerados en el estudio, pero debido a que cuando una empresa empieza a generar ganancias no se sabe con toda certeza el destino de las mismas. (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010).



Evaluación Económica: En esta parte se calcula la rentabilidad de la inversión. La evaluación económica describe con métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo. Todas las cifras monetarias que se obtuvieron en el estudio económico del proyecto, ahora se deben de transformar a un índice de rentabilidad económica. (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010).

Baca Urbina (2010), define el **Valor Presente Neto** como la diferencia entre los flujos netos de efectivo y la inversión inicial. Esto equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero. Es claro que para aceptar un proyecto las ganancias deberán ser mayores que los desembolsos lo cual dará como resultado que el VPN sea mayor que cero. (Urbina, Evaluación de Proyectos- Sexta Edición, 2010)

Baca Urbina (2010), también define la **TIR** como la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión.

El **Valor de Salvamento** significa el valor de mercado de un activo, en cualquier momento de su vida útil. A su vez, valor de mercado significa el valor monetario al que puede ser vendido un activo en el año n. (Urbina, Fundamentos de Ingeniería Económica, 2007)

El **Período de Recuperación de una Inversión** es el número de años que tomara el proyecto para recuperar la inversión inicial. (Urbina, Fundamentos de Ingeniería Económica, 2007).



El **Apalancamiento Financiero** es el efecto que el endeudamiento origina en la rentabilidad de los capitales propios de una empresa, cuyos resultados pueden incrementarse por encima de lo que se derivaría de sus recursos originarios. Para ello la condición necesaria es que la rentabilidad de las inversiones sea mayor que el costo de las deudas. (Andersen, 1999).

Según Baca Urbina (2010), el **Análisis de Sensibilidad** es el procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta (cuán sensible es) la TIR ante cambios en determinadas variables del proyecto.



Diseño Metodológico

El estudio de pre-factibilidad es perteneciente al modelo cuantitativo ya que este consiste en recopilar datos de investigación que pueden medirse o cuantificarse mediante dimensiones, indicadores y escalas de medición que permitan probar la rentabilidad del proyecto.

Tipo de Investigación

Esta investigación es de tipo descriptiva utiliza el método de análisis y la síntesis que permite caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, como es la apertura de un Mini-supermercado en el municipio de Tisma. Señala características y propiedades del estudio de mercado, técnico y financiero, también fundamenta en las descripciones verbales de los informantes sobre el tema en estudio.

Además es de tipo explicativa, ya que tiene relación causal; no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo.

Capítulo I: “Estudio de Mercado”

Se realizó actividades para llegar a definir características de los productos a ofrecer y del mercado que se atenderá, detectando así a los principales competidores del negocio y permitiendo la definición de estrategias de comercialización y mercadeo de los productos ofrecidos. A continuación se detallan las actividades realizadas en este estudio:

Diseño del Muestreo

Se definirán y seleccionaran los sujetos que serán estudiados durante el proceso de elaboración de dicho estudio, con el propósito que la información obtenida no sea sesgada y tenga validez, de esta forma será parte representativa en el campo de estudio.

El campo de estudio está limitado al municipio de Tisma. Se encuestarán a los habitantes de Tisma que han hecho uso del servicio que ofrecen los Mini-súper u otros establecimiento que ofrezcan servicios similares (Mercado, pulperías, abarroterías) existentes, con el objetivo de recolectar datos del comportamiento



ante los mismos, obteniendo así opiniones influyentes sobre la variedad de productos, atención al cliente, entre otras características.

Los encuestados serán los hogares de Tisma, estos datos fueron obtenidos por la Alcaldía de Tisma, ya que este segmento se adecua al servicio del Mini-súper, ya que se pretende abastecer de suministro indispensable para el hogar directamente dirigido a las familias.

Tipo de Muestreo

Debido a que se puede medir el tamaño de error en las predicciones y convenir el grado de precisión que se desea en el cálculo se utilizará un muestreo probabilístico. Se obtendrá el número de hogares del municipio de Tisma y también el listado de los barrios urbanos con su respectiva hogares para luego dividir los hogares en un número determinado de subdivisiones, seleccionar algunas de estas y distribuyendo la muestra total según el porcentaje de hogares que le corresponde.

Tamaño de la Muestra

Se acudirá a la Alcaldía del municipio de Tisma, la cual proporcionará información demográfica de sus viviendas y se calculara el tamaño de la muestra de los hogares del municipio, a través de un muestreo probabilístico. Se conoce que la población es finita y desconocida, razón por la cual la fórmula que se utilizará para determinar el tamaño de la muestra y estimación de la población es la siguiente:

Fuentes de Información

La fuente de información es muy importante en la investigación, ya que respaldarán al estudio, por ende deberán ser una fuente confiable, elegida rigurosamente, además de ser clara y específica. El presente trabajo contará con la información recopilada de fuentes primarias y de fuentes secundarias.



Fuentes Primarias

Es la información obtenida por las personas relacionadas con el tema de investigación, mediante la aplicación de métodos como las entrevistas y encuestas. Esta información debe de ser realizada y procesada cuidadosamente ya que es muy importante para el desarrollo del estudio.

Se realizaran encuestas dirigidas a los hogares del municipio de Tisma por ser estos los consumidores finales del servicio, con el propósito de recaudar información acerca de oferta, las preferencias y perspectivas que tienen del servicio que brinda el Mini-supermercado.

Fuentes Secundarias

Se llaman fuentes secundarias aquellas que reúnen la información escrita que existe sobre el tema, ya sean estadísticas de la municipalidad, libros de registro, datos de los Mini-supermercado existentes y todas aquellas que sirvan como punto de referencia para este estudio.

Los lugares en los que se buscará esta información serán:

- Alcaldía Municipal de Ciudad Sandino.
- Instituto Nacional de Información y Desarrollo (INIDE).

Métodos e Instrumentos de Recopilación de Datos

En esta etapa de recolección de datos, se definen los instrumentos necesarios de medición que se ajustan al tipo de investigación que se está realizando, los instrumentos de medición definidos varían de acuerdo al tipo de información que se requiere obtener, ya sean datos concretos u opiniones específicas sobre el tema y así obtener resultados confiables para cumplir los objetivos del estudio.

Las técnicas a las que se recurrirán para la recolección de información son la encuesta. El instrumento será el cuestionario, el cual consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Con el propósito de que la respuesta sea lo más precisa, el tipo de pregunta que se les hará a los consumidores durante el levantamiento de la encuesta será cerrada.



Encuesta

- Dirigida a los hogares del municipio de Tisma por ser estos los consumidores del servicio, con el propósito de recabar información acerca de las preferencias, perspectivas que tienen del servicio que brindan los Mini-supermercado.

Procedimiento de recolección de la información

- El proceso de levantamiento de datos de la encuesta durará un período de 8 días será efectuado por tres personas, las cuales organizarán los días y el rango de tiempo en que se llevarán a cabo. Las mediciones obtenidas son un papel importante en el estudio ya que sin ellas no existirá información cuantitativa, para la toma de decisiones que brindara la investigación.

Procesamiento de la información

- Luego que la información sea recopilada, debe de ordenarse y registrarse en un registro electrónico que permita la tabulación, el cruzamiento y comparación de variables que sean de relevancia para el análisis; se elaborarán tablas y gráficos en los que se resuman los datos recabados, para poder visualizar rápidamente el campo en estudio y generar conclusiones al respecto.
- Además se calcularán variables y funciones estadísticas que ayudan en el análisis de los resultados. Para este proceso se utilizará Microsoft Excel para realizar una evaluación estadística descriptiva y cruces de variables, de la cual se derivan los niveles de incidencia según su frecuencia y combinación.
- La información consolidada, diseña las pautas necesarias para la toma de decisiones, que empieza en lo formal, con la recolección de datos a través de las encuestas.

Análisis de los resultados

El análisis de los resultados se realiza en base al procesamiento de la información recopilada, se realizará un análisis estadístico auxiliado con indicadores elementales. Siendo estos indicadores representativos del objeto de estudio y servirán para el análisis del campo que se estudia, en este caso los consumidores, ellos brindarán respuestas de las variables planteadas con datos actuales que provendrán de fuentes primarias confiables.



Para las proyecciones de demanda, se utilizó Microsoft Excel e información de las fuentes secundarias.

Capítulo II “Estudio Técnico”:

Se realizó con un método de doble vía, inductivo y deductivo según las necesidades del proyecto. A continuación se detallan las actividades para este estudio

- Determinación de la localización optima de la planta
Micro localización⁶: se efectuó por el método cualitativo por puntos.
- Determinación del tamaño óptimo de la planta
- Fijar los recursos humanos: se realizó el organigrama para los puestos de trabajo, descripción y análisis de cargos de los empleados.
- Mobiliario y Equipos: se realizaron cotizaciones del mobiliario y equipos necesarios.
- Distribución de planta: se realizó en Auto Cad.

Determinar aspectos legales de la empresa: se realizaron a visitas a las diferentes entidades, tales como: Alcaldía de Tisma, Dirección General de Ingresos.

⁶Gabriel Baca Urbina: Formulación y Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, página 107.



Capitulo III “Estudio Financiero”

Se fijaran los costos que se incurrirán para la ejecución y funcionamiento de la empresa, a través de:

- Determinar costos administrativos
- Establecer costos de ventas.
- Fijar costos financieros.

Capitulo IV “Evaluación Financiera”

Una vez calculados todos los costos que el estudio financiero requiera, se pretenderá evaluar financieramente el proyecto, dicha evaluación se realizara mediante el método del Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno:

- Evaluar el proyecto sin Financiamiento. Evaluar el proyecto con Financiamiento.
- Determinar el Apalancamiento Financiero.

Todo esto se calculara mediante el uso de Microsoft Excel.



1. ESTUDIO DE MERCADO

1.1. INTRODUCCIÓN

El estudio de mercado es una herramienta fundamental que proporciona datos precisos referentes a los gustos y preferencia de los consumidores descubriendo la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado y los medios de comercialización más convenientes para hacer llegar los productos a los consumidores.

Se formuló una encuesta dirigida a la población del municipio de Tisma. Se elaboró primeramente una encuesta piloto de 30 para determinar la probabilidad de éxito y fracaso, generando estos datos, se determinó el tamaño de la muestra o las encuesta totales necesarias para el análisis.

El estudio de mercado realizado a través de una encuesta y observación indirecta de la competencia, se determinó las preferencias en cuanto a productos gustos, precios, etc. con el fin de analizar la viabilidad de la creación de este tipo de negocio en el municipio de Tisma con el propósito de crear nuevas alternativas que cumplan con las expectativas de los pobladores de Tisma, que buscan un lugar que permita comodidad, buen servicio, variedad y buenos precios.



1.2 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Realizar un estudio de mercado para analizar todos los aspectos relacionados y Cuantificar la demanda del Mini-supermercado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Cuantificar la Absorción de la demanda en los primero 5 años del Mini-supermercado.
- Establecer los canales de distribución del servicio.



1.3 DEFINICIÓN DE SERVICIO.

“Se denomina supermercado⁷ a aquel establecimiento que tiene como principal finalidad acercar a los consumidores una importante variedad de productos de diversas marcas, precios y estilos. A diferencia de lo que sucede con gran parte de los negocios, un supermercado se caracteriza por exponer estos productos al alcance de los consumidores, quienes recurren al sistema de autoservicio y abonan la cantidad de ítems elegidos al final en la zona de cajas”.

El supermercado es un establecimiento donde se ofrece productos a los consumidores de manera rápida, economizando tiempo y dinero, puesto que se encuentran localizados en los distintos barrios o comunidades, sin necesidad que las personas salgan al mercado. En la actualidad las personas son más exigentes y todos quiere de manera rápida, es en donde el supermercado abastece de bienes y servicios de primera necesidad, sin esperar que llegue el fin de mes o semana para hacer compras, sino que diariamente se puede adquirir el productos al mismo precio que en el centro de la ciudad, en los mercado y otros imperio supermercado como Maxi pali, pali entre otros. Están organizados con divisiones del espacio en góndolas o estanterías en las cuales se disponen los productos de acuerdo a cierto orden específico de productos de almacén, bebidas, alimentos frescos, golosinas, panificados, productos de limpieza, productos de farmacia, verduras y frutas, etc. Logrando que los consumidores puedan recorrer los diferentes pasillos de manera libre para seleccionar los ítems necesarios.

1.3.1. SERVICIO⁸

“servicios son actividades económicas que se ofrecen de una parte a otra, las cuales generalmente utilizan desempeños basados en el tiempo para obtener los resultados deseados en los propios receptores, en objetos o en otros bienes de los que los compradores son responsables”.

⁷ Wikipedia.org/wiki/Super Mercado

⁸ LOVERLOCK CHRISTOPHER y WIRTZ jochen (2009) Pag. 59



El servicio no es un bien material, es percibido por el cliente mediante los sentidos que va acompañado con un elemento físico; entendido como un conjunto de actividades que satisfacen las necesidades, con actos, presencia o función que una parte puede ofrecer a otra sin ninguna propiedad, a la hora de atender o vender un producto entre el proveedor y el cliente o muchas veces solo el servicio como un abogado, presta sus servicios profesionales.

El servicio es la parte importante en una compra porque pone a disposición del cliente el tiempo y carisma para que este se siente bien y cómodo cuando vaya a un lugar a realizar sus comprar o simplemente de visita sea fiel y vuelva.

1.3.2. SERVICIO AL CLIENTE

El servicio al cliente es significativo en toda empresa, tiene relación directa con la realización de la venta y la fidelización del consumidor.

Se debe lograr la atención de calidad con los propios empleados que son " el primer cliente" de una empresa, si no se les satisface a ellos, como pretendemos satisfacer a los clientes externos, por ello las políticas de recursos deben ir de la mano de las estrategias de marketing y el plan estratégico.

El personal que atiende debe: mostrar atención, tener una presentación adecuada, atención personal, amable, Expresión corporal y oral idóneas. También debe comprometerse con la empresa a la que pertenece, sabiendo sus objetivos, misión, visión, valores y sobre todo la información de los productos que esta ofrece al mercado.

La satisfacción del consumidor depende de la calidad del servicio que se presta, beneficios, promociones, entregas puntuales, sin esperas, dar preferencia personalizada, no a familiares, haciendo que el cliente esté feliz con el producto o servicio que le entregamos.

Las empresas deben evaluar el servicio prestado para determinar las necesidades del cliente garantizando la aceptación mediante el entrenamiento del personal y funcionarios para avanzar frente a la competencia.



1.3.3. CALIDAD DEL SERVICIO

En la actualidad el cliente es más exigente no solo adquiere el producto por su precio, sino por la atención prestada, que es evaluada a la hora de la compra tomando como parámetros el ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, y una rápida atención, llevándose así una excelente experiencia que logre el regreso del cliente y no un criterio negativo que perjudique a la empresa.

La calidad del servicio depende de los funcionarios, y empleados los cuales deben estar capacitados para el desenvolvimiento en sus funciones, cubriendo las necesidades de los clientes actuales y futuras. En la actualidad las empresas buscan nuevas formas de mejorar su servicio, encaminadas a lograr la rentabilidad más que la liquidez, obligándose a mejorar cada día más.

1.4. IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO

Para la presente investigación se ha tomado en cuenta a la población de Tisma del departamento de Masaya, porque el proyecto se implantara en dicha municipio previo al estudio de pre factibilidad que se está realizando.

En Tisma existen actualmente un aproximado de 16,517 habitantes, estos datos fueron proporcionados por la alcaldía de Tisma se tomó solamente la población urbana y no pobre de Tisma lo que se redujo a 5880 habitantes.

1.5. FUENTES PRIMARIAS

1.5.1. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó un muestreo probabilístico (muestreo aleatorio simple), para simplificar dicho cálculo:

Variables que intervienen en la determinación del tamaño de la muestra:

Y = Nivel o grado de confianza.

Z = Valor de la distribución normal estandarizada que corresponde al grado de confianza seleccionado.



p = Proporción de la población que cumple con la característica determinada (que nos interesa medir).

q = 1 – p: Proporción de la población que no cumple con la característica determinada.

E = Margen de error permitido.

N = Número de elementos del universo o población objeto de estudio.

n = Número de elementos de la muestra (tamaño de la muestra)

La fórmula utilizada para el cálculo del tamaño de la muestra es:

En este caso la población (N) es finita y la formula a utilizar para determinar el tamaño de la muestra es el siguiente

$$n = \frac{Z^2 p q N}{E^2 (N-1) + Z^2 p q}$$

Se realizó una prueba piloto de 30 encuestas para determinar los valores de p y q, y una vez analizados los datos de dicha prueba se obtuvo para p = 0.53 y para q = 0.47.

Para determinar el número de encuestas a realizar se utilizó un grado de confianza de 97.50, y según Baca Urbina el error recomendado en este tipo de estudio como máximo es del 0.05, pero en este estudio se utilizó un error del 0.044

$Z_{\alpha/2} = 1.96$; $E = 0.05$; $p = 0.53$; $q = 0.47$ y $N = 1360.34$

El resultado es que la cantidad a encuestar es de 299 encuestas. Se realizaron 360 encuestas en el municipio de Tisma para más confiabilidad en los datos.



1.5.2. ESTRATIFICACIÓN DE LA ENCUESTA

Una buena encuesta es aquella en que todos los individuos encuestados presentan características similares a la población, es decir la encuesta debe parecerse a la población general en alguna característica de acuerdo con el producto que se está estudiando, en este estudio consideramos que la característica más importante para una adecuada estratificación es la situación económica en que viven las familias de Tisma.

Las encuestas se estratificaron según la situación que presentan los barrios de la zona urbana del municipio de Tisma los cuales constituyen la zona Norte, zona Central, zona Sur, se excluirá a la población en pobreza severa.

Pobreza severa⁹: Considera todos los barrios o comarcas que se encuentran en pobreza extrema.

Se cuantifico las zonas que constituyen el área Urbana de Tisma, las cuales son:

Tabla N° 1. Estratificación de la Encuesta

Área Urbana	Viviendas	Porcentaje
San Jerónimo	65	3%
San Ramón	320	16%
Santa Cruz	285	14%
Riito	52	3%
El cielo	28	1%
Zona Norte	420	21%
Zona Central	656	33%
Zona Sur	175	9%

Fuente: Brindada por Alcaldía Municipal Tisma¹⁰.

⁹ Fuente: <http://www.inide.gob.ni/censos2005/CifrasMun/Masaya/Tisma>. Página N° 28.

¹⁰ Ver Anexo N° 1, Pagina N° 1.



Encuestas a realizar por barrio según cada categoría:

El número de Encuestas se dividió por cada barrio de La zona Urbana de Tisma, y cada barrio ocupó un número de encuesta según el porcentaje de Viviendas que existe en cada Barrio.

Tabla N° 2. Estratificación de la Encuesta

Área urbana de Tisma	Encuestas por categoría
San Jerónimo	11
San Ramón	58
Santa Cruz	50
Riito	11
El cielo	4
Zona Norte	76
Zona Central	119
Zona Sur	31

Fuente: Elaborado a partir de información brindada por alcaldía ¹¹Tisma e INIDE

El área urbana se conforma por zonas, zona Norte, central y sur, San Jerónimo, San Ramón, santa cruz, Riito y El cielo por lo que se divide entre ellas el número de encuestas a realizar de acuerdo con el porcentaje de la población. Por lo que da el resultado de la figura b. Con los datos de esta tabla, la composición de la muestra ya es muy clara y se evita la posibilidad de cometer errores como obtener una muestra sesgada.

¹¹ Ver Anexo N°3, Pagina N° 3

1.5.3. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS¹²

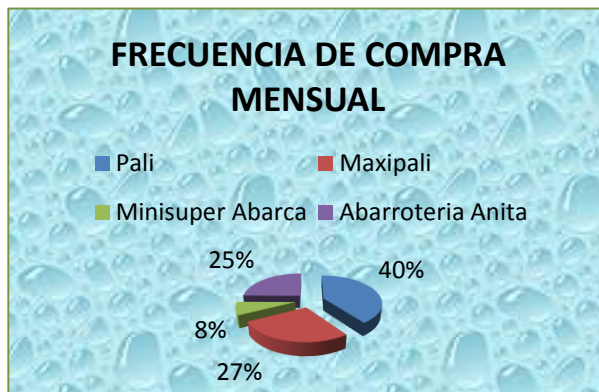
Según las tablas resúmenes y gráficos correspondientes a las preguntas de la encuesta, se logró conocer la opinión de la población acerca de esta iniciativa, así como también la tendencia de la demanda del mismo y sus principales competidores.

En el análisis de resultados se obtiene el porcentaje aproximado de la aceptación que tiene el minisúper en la población. A continuación se muestran los resultados del análisis de encuestas.

1.- ¿Cuáles de los siguientes lugares frecuenta? Versus ¿Con qué frecuencia realiza las compras a) Mensual b) Quincenal c) Semanal d) Diario?

a. MENSUAL

Gráfico N° 1



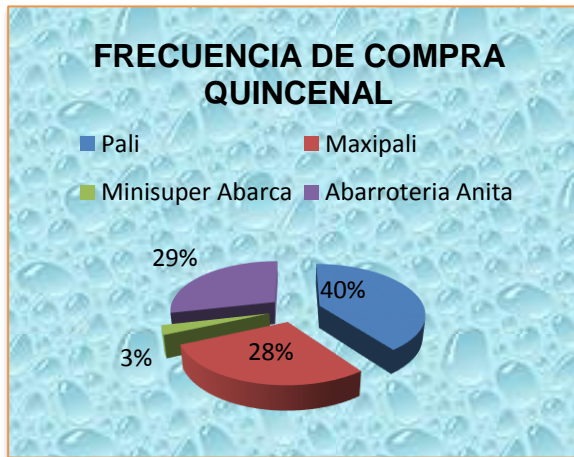
Lugar	Fr.	Porcentaje
Pali	58	40 %
Maxi pali	40	27 %
Minisúper Abarca	11	8 %
Abarrotería Anita	36	25 %
Total	145	100%

Según las preguntas comparadas el 40% de la población de Tisma realiza sus compras mensuales y el lugar que prefieren para dicho abastecimiento de víveres en su gran mayoría sería pali, seguido por Maxi pali con 27 %, con un 25% abarrotería Anita la cual se encuentra en el municipio de Tisma y con 8% encontramos a minisúper Abarca.

¹² Ver la encuesta en Anexos N° 2, Pagina N° 2.

b. QUINCENAL

Gráfico N° 2

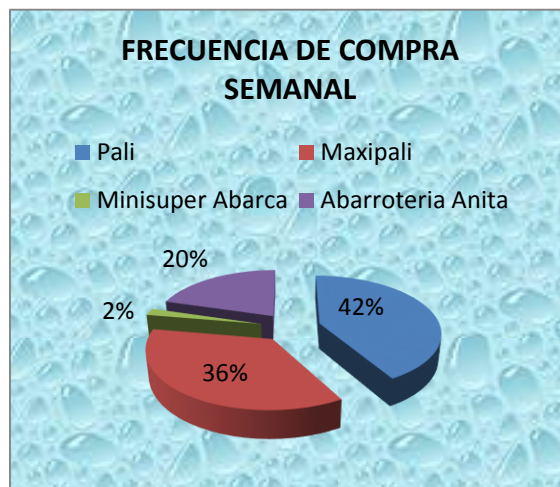


Lugar	Fr	Porcentaje
Pali	67	40 %
Maxi pali	48	28 %
Minisúper Abarca	5	3 %
Abarrotería Anita	48	29 %
Total	168	100%

La población que realiza sus compras quincenales visitan con mayor frecuencia supermercados pali con un 40 %, seguido por abarrotería Anita con un 29%, Maxi pali con un 28% y por ultimo con un 3% minisúper Abarca.

c. SEMANAL

Gráfico N° 3

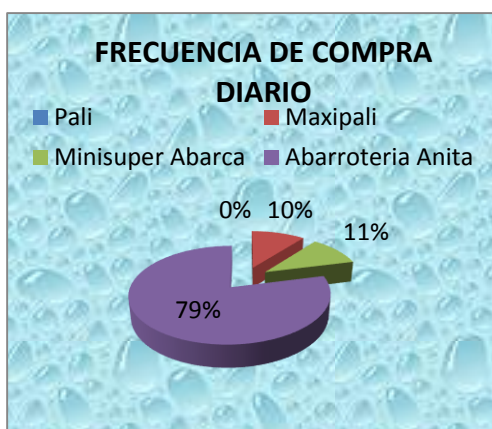


Lugar	Fr	Porcentaje
Pali	43	42%
Maxi pali	37	36%
Minisúper Abarca	2	2%
Abarrotería Anita	21	20%
Total	103	100%

Las personas que realizan sus compras de manera semanal prefieren ir a pali que representan el 42 % de los encuestados, el 36% visitan Maxi pali, el 20% se quedan en la localidad y compra en Abarrotería Anita y solo el 2 % va al minisúper Abarca.

d. DIARIO

Gráfico N°4.



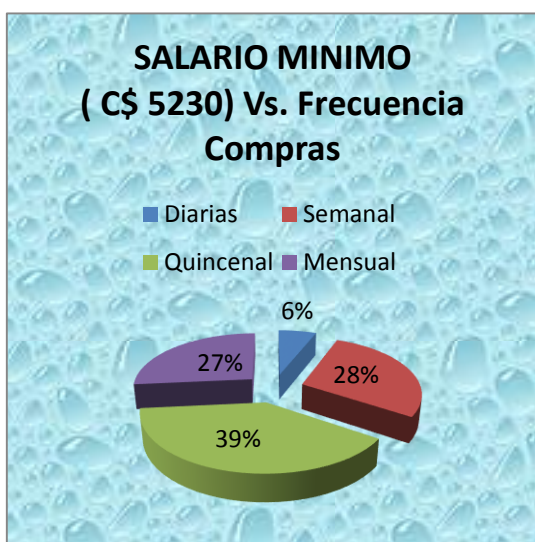
Lugar	Fr.	Porcentaje
Pali	0	0%
Maxi pali	2	10.5 %
Minisúper Abarca	2	10.5%
Abarrotería Anita	15	79 %
Total	19	100%

Con respecto a la población que asiste diario prefiere hacer sus compras en abarrotería Anita con un 79%, con un 10.5 % minisúper Abarca y maxi pali.

2.- ¿Ingresos mensuales? Versus ¿Con qué frecuencia realiza las compras? a. salario mínimo (C\$ 5230), b. C\$ 5300 – C\$ 9000 y c. C\$ 9001 – C\$ 15000.

a. SALARIO MÍNIMO (C\$ 5230)

Gráfico N° 5

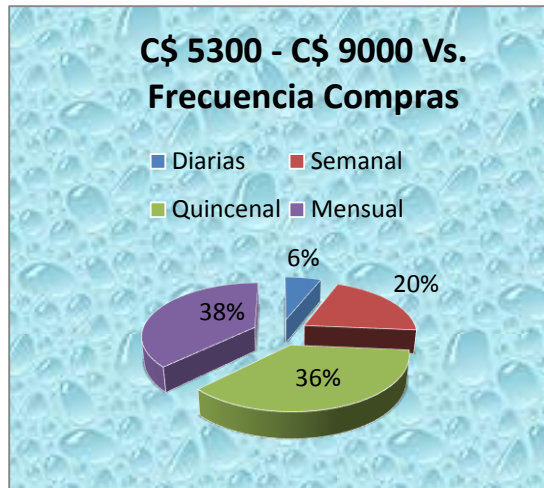


Fr. compras	Fr	Porcentaje
Diarias	10	6%
Semanal	47	28%
Quincenal	65	39%
Mensual	44	27%
Total	166	100%

La población que tiene un salario mínimo de C\$ 5230 el 39 % realizan sus compras quincenal, el 28% semanal, el 27% mensual y solo el 6% lo realiza diario.

b. C\$ 5300 – C\$ 9000

Gráfico N° 6.

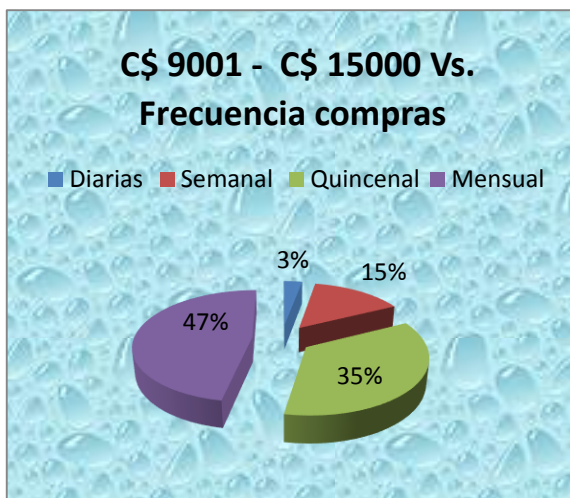


Fr. Compras	Fr.	Porcentaje
Diarias	11	6 %
Semanal	37	20 %
Quincenal	66	36 %
Mensual	68	38 %
Total	182	100%

Las personas que ganan entre C\$ 5300 y C\$ 9000 con un 38% prefieren ir mensualmente a comprar sus víveres y un 36% quincenal, seguido por el 20% que van semanal y solo un 6% diario.

C. C\$ 9001 – C\$ 15000

Gráfico N° 7.



Fr. Compras	Fr	Porcentaje
Diarias	1	3 %
Semanal	5	15 %
Quincenal	12	35 %
Mensual	16	47 %
Total	34	100%

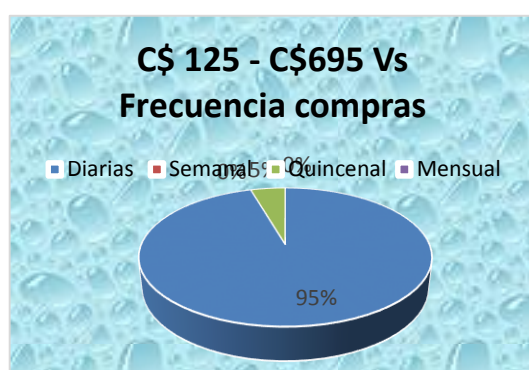
Entre el rango de los que ganan C\$ 9001 y C\$ 15000 comúnmente realizan sus compras mensual con un porcentaje de 47%, seguido de un 35% que prefiere ir quincenal, el 15% lo hace semanal y solo el 3% diario.

3.- ¿Con qué frecuencia realiza las compras? versus ¿Cuánto dinero gasta según los siguientes rangos?

RANGOS	
a) C\$ 125 - C\$ 695	e) C\$ 2408 - C\$ 2979
b) C\$ 696 - C\$ 1266	f) C\$ 2980 - C\$ 3550
c) C\$ 1267 - C\$ 1837	g) C\$ 3551 - C\$ 4121
d) C\$ 1838 - C\$ 2408	h) C\$ 4122 - C\$ 4692

a. C\$ 125 – C\$ 695

Gráfico N° 8.

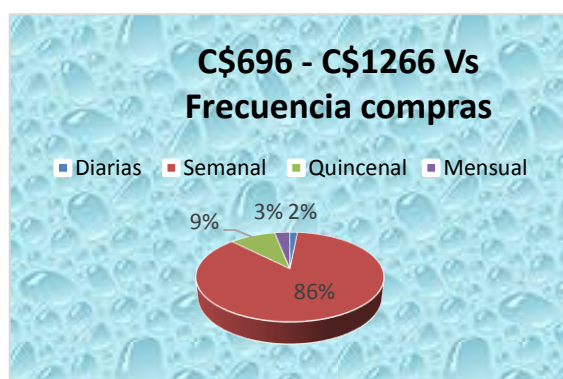


Fr. Compra	Fr	Porcentaje
Diarias	21	95%
Semanal	0	0%
Quincenal	1	5%
Mensual	0	0%
Total	22	100%

Según los encuestados las personas que gastan entre C\$ 125 y C\$ 695 que representan el 95% compran diario y el 5% quincenal.

b. C\$ 696 – C\$ 1266

Gráfico N° 9.

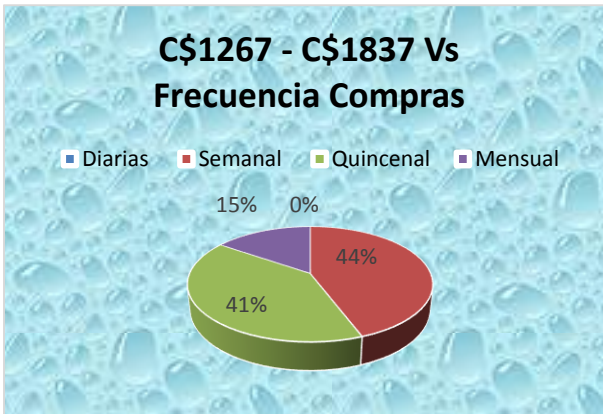


Fr. Compra	Fr	Porcentaje
Diarias	1	2%
Semanal	55	86%
Quincenal	6	9%
Mensual	2	3%
Total	64	100%

En los rangos de C\$ 696 y C\$ 1266 gastan semanalmente con un porcentaje del 86% y el 3%,9% y el 2% gastan mensual, quincenal y diario en el orden mencionados.

c. C\$ 1267 – C\$ 1837

Gráfico N° 10.

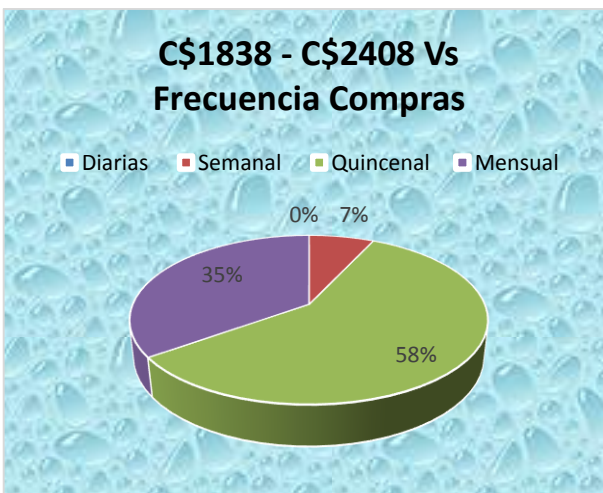


Fr. Compra	Fr	Porcentaje
Diarias	0	0
Semanal	23	44%
Quincenal	21	41%
Mensual	8	15%
Total	52	100%

Puede observarse que las personas que gastan entre 1267 y 1837 lo realizan mayormente con un 44% semanal, seguido del 41% quincenal y el 15% mensual.

d. C\$ 1838 – C\$ 2408

Gráfico N° 11.

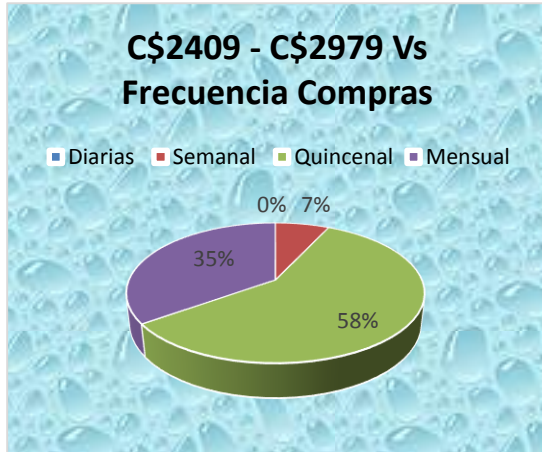


Fr. Compra	Fr	Porcentaje
Diarias	0	0%
Semanal	6	7%
Quincenal	50	58%
Mensual	30	35%
Total	86	100%

En cuanto a los que gastan entre 1838 y 2408 lo hacen mayormente lo realizan quincenal que son el 58% de los encuestados, y el 30% mensual y el 7% semanal.

e. C\$ 2408 – C\$ 2979

Gráfico N° 12.

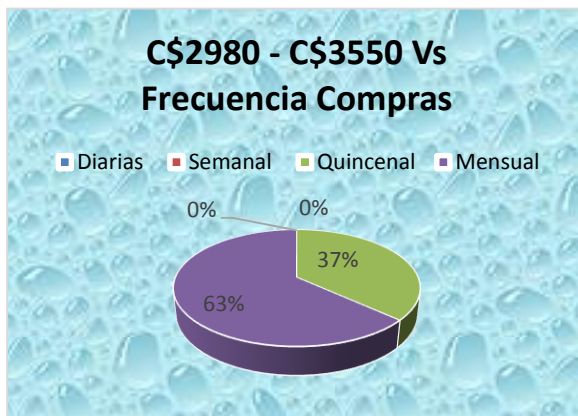


Fr. Compra	Fr	Porcentaje
Diarias	0	0%
Semanal	6	7%
Quincenal	50	58%
Mensual	30	35%
Total	86	100%

Las personas que gastan entre 2409 y 2979 mayormente lo gastan quincenalmente que representan el 58% de los encuestados, el 35% mensual y solo el 7% semanal, dejando en un 0% a los que compran diario.

f. C\$ 2980 – C\$ 3550

Gráfico N° 13

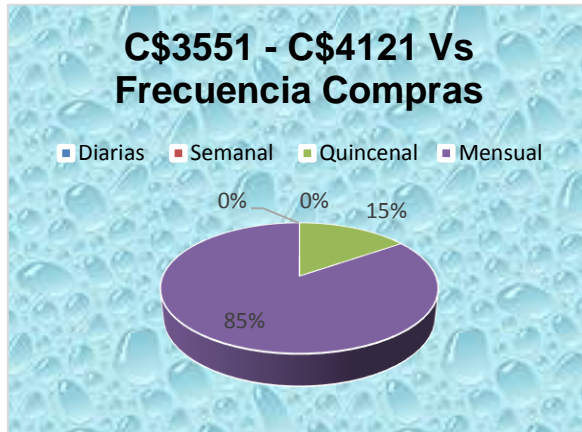


Fr. Compra	Fr	Porcentaje
Diarias	0	0%
Semanal	0	0%
Quincenal	11	37%
Mensual	19	63%
Total	30	100%

Se puede decir que las personan que gastan entre 2980 y 3550 son las que van mensualmente que son el 63 %, seguido de un 37 % que van quincenalmente.

g. C\$ 3551 –C\$ 4121

Gráfico N° 14

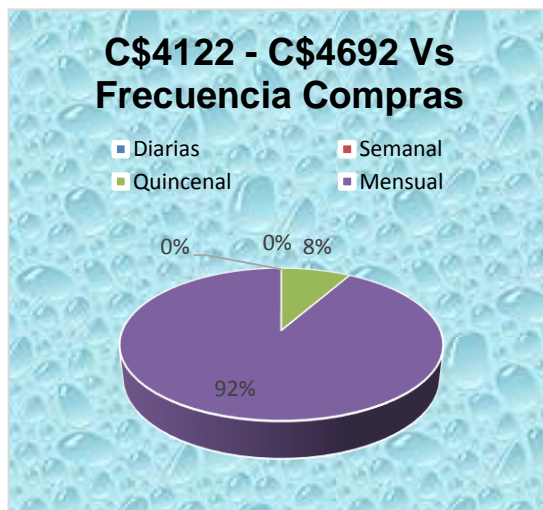


Fr. Compra	Fr	Porcentaje
Diarias	0	0%
Semanal	0	0%
Quincenal	2	15%
Mensual	11	85%
Total	13	100%

El 85% de las personas que gastan entre 3551 y 4121 realizan sus compras mensualmente y solo el 15% va quincenalmente.

h. C\$ 4122 - C\$ 4692

Gráfico N° 15.

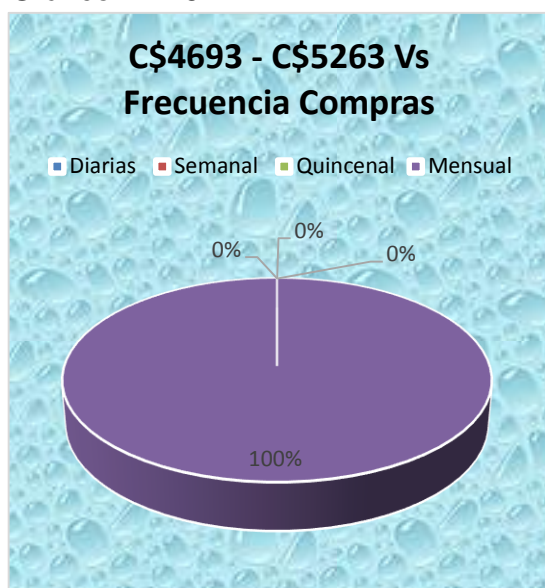


Fr. Compra	Fr	Porcentaje
Diarias	0	0%
Semanal	0	0%
Quincenal	1	8%
Mensual	11	92%
Total	12	100%

Aquí podemos ver que el 92% de las familias que gastan entre 4122 y 4692 mensualmente y solamente el 8% lo gastan quincenalmente.

i. C\$ 4693- C\$ 5263

Gráfico N° 16.

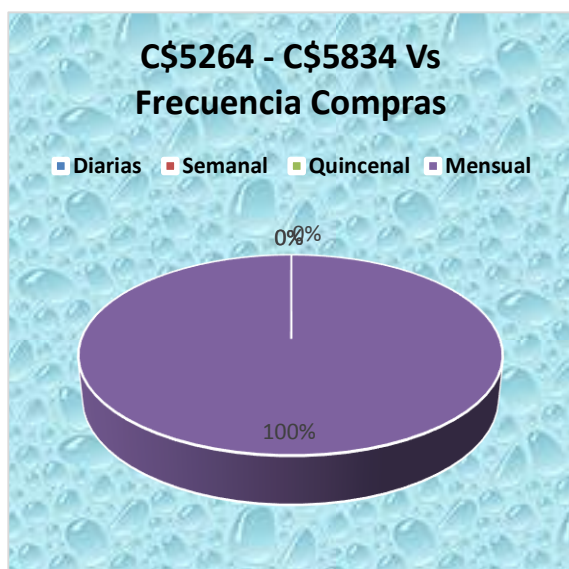


Fr. Compra	Fr	Porcentaje
Diarias	0	0%
Semanal	0	0%
Quincenal	0	0%
Mensual	4	100%
Total	4	100%

En este resultado es claro que el 100% de las personas que tienen un gasto entre C\$ 4693 y C\$ 5263 es mensual, siendo las otras posibilidades nulas.

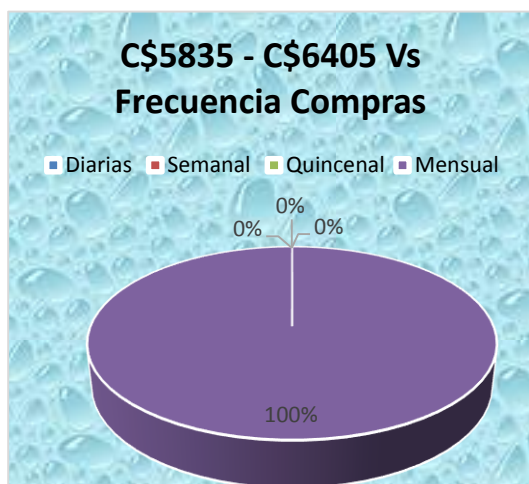
j. C\$ 5264 – C\$ 5834 y k) C\$ 5835 – C\$ 6405

Gráfico N° 17



Fr. Compra	Fr	Porcentaje
Diarias	0	0
Semanal	0	0
Quincenal	0	0
Mensual	3	100%
Total	3	100%

Gráfico N° 18.



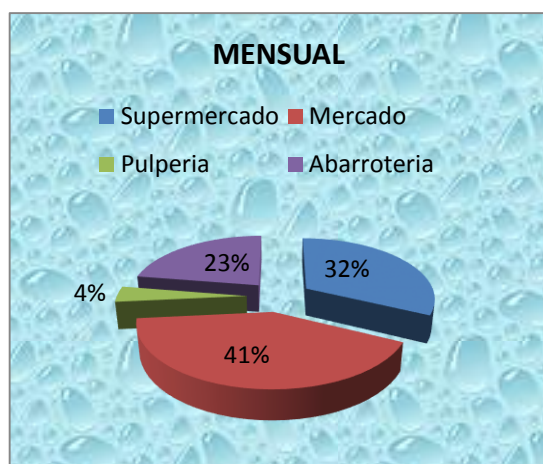
Fr. Compra	Fr	Porcentaje
Diarias	0	0%
Semanal	0	0%
Quincenal	0	0%
Mensual	1	100%
Total	1	100%

El 100% de las personas que van mensualmente gastan entre C\$ 5264 y C\$ 5834 y los que gastan C\$ 5835 y C\$ 6405.

4.- ¿A qué lugares acude para adquirir sus víveres? Versus ¿Con qué frecuencia realiza las compras a) Mensual, b) Quincenal, c) Semanal, d) Diario?

a. Mensual

Gráfico N° 19.

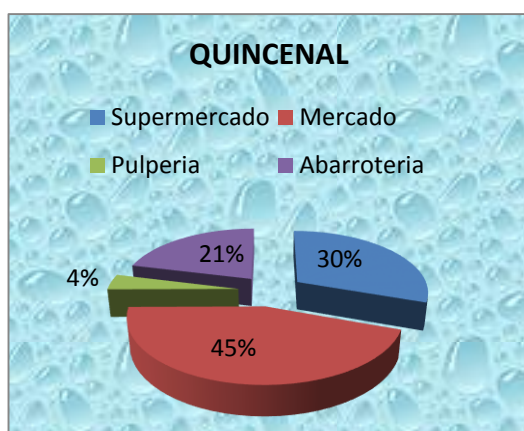


Lugar	Fr	Porcentaje
Supermercado	63	32%
Mercado	81	41%
Pulpería	8	4%
Abarrotería	44	23%
Total	196	100%

El 41 % de las familias encuestados prefieren realizar sus compras de manera mensual en el mercado local de Masaya, el 32 % en los supermercados de la ciudad de Masaya, el 23 % en la abarrotería local del municipio y solo el 4 % en las pulperías de los alrededores.

b. Quincenal

Gráfico N° 20.

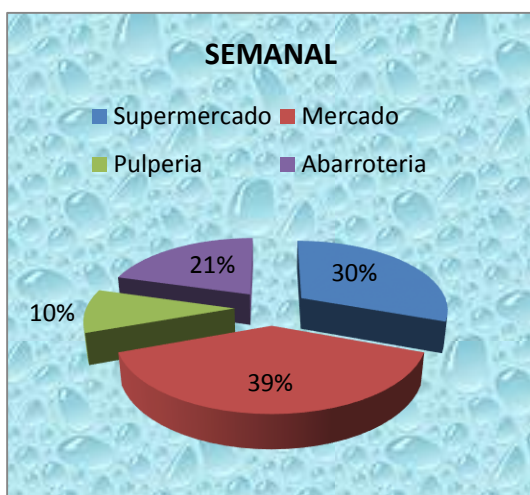


Lugar	Fr	Porcentaje
Supermercado	69	30%
Mercado	101	45%
Pulpería	9	4%
Abarrotería	48	21%
Total	227	100%

Los que compran quincenalmente prefieren realizar sus compras en el mercado siendo estos el 45 % de las familias encuestados, el 30 % van a los supermercados, el 21 % a la abarrotería y solamente un 4 % compran en pulperías.

c. Semanal

Gráfico N° 21

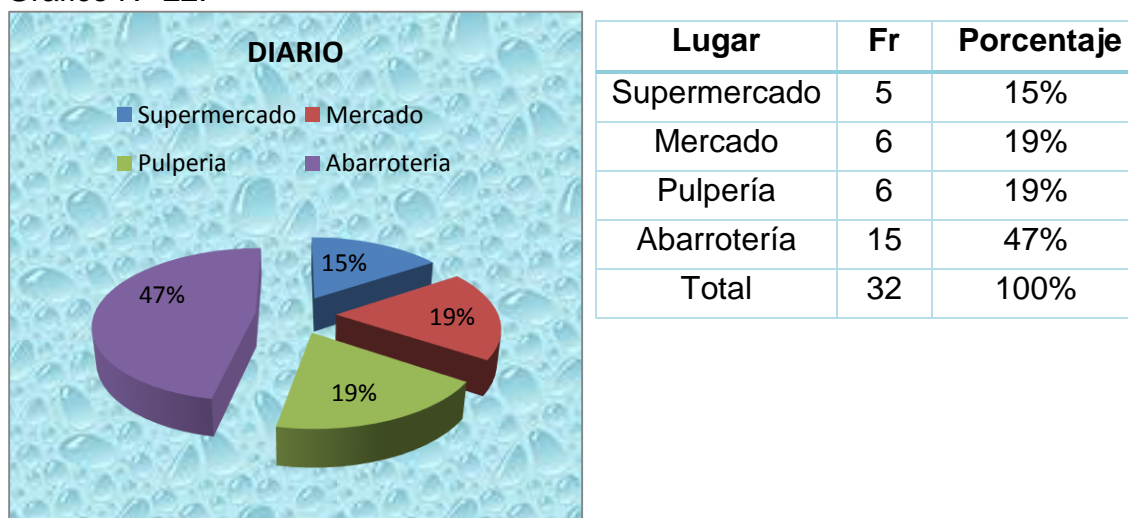


Lugar	Fr	Porcentaje
Supermercado	43	30%
Mercado	55	39%
Pulpería	14	10%
Abarrotería	29	21%
Total	141	100%

El 39% dicen que refieren ir al mercado semanalmente, el 30% a los supermercados, el 21% prefieren la abarrotería del municipio y solo 10% compran semanalmente en las pulperías.

d. Diario

Grafico N° 22.



En este caso las personas que van diario prefieren quedarse en el municipio y comprar sus productos en la abarrotería que se encuentre dentro del municipio este segmento representa el 47%, el 19% van tanto al supermercado como a las pulperías y solo el 15 % alegan que van a los supermercados de Masaya.

5.- Si usted “No” compra en supermercado ¿Por qué no lo hace?

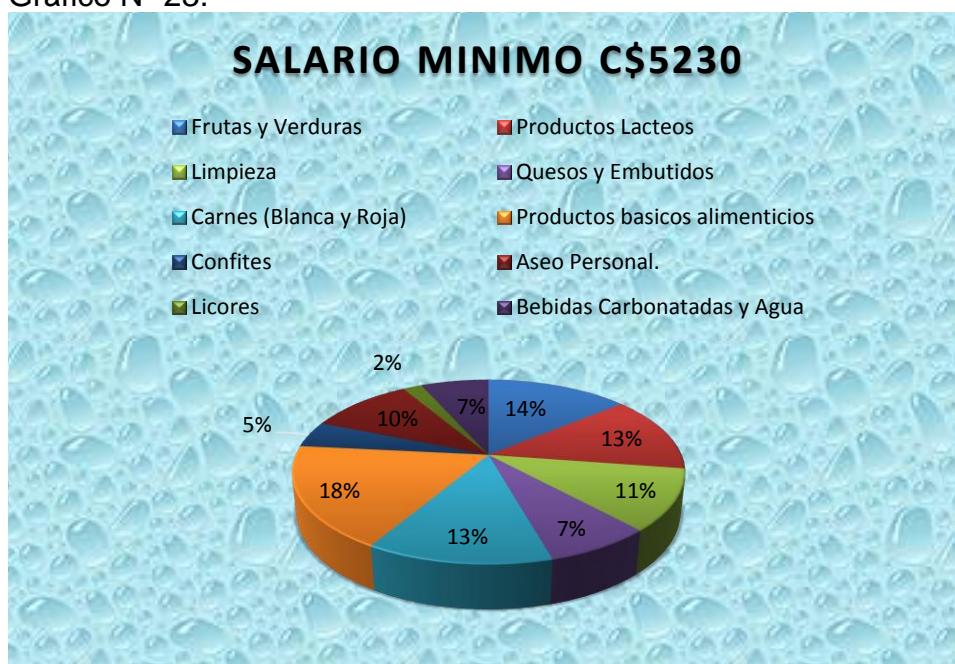
El 28% de las personas frecuentan pulperías y abarroterías y argumentaron en esta pregunta que no van a supermercados por motivos de lejanía, además que incurrirían en gastos adicionales de transporte colectivo.

El 39% de las personas frecuentan Mercado de Masaya no van a supermercados, por motivos de precios, en el mercado los productos son FAVORABLES

.6.- ¿Cuáles son los productos que más adquiere cuando realiza compra para su hogar? Versus ¿Ingresos mensuales? a) salario mínimo (C\$ 5230), b) C\$ 5300 –C\$ 9000, C) C\$ 9001 –C\$ 15000.

a. SALARIO MÍNIMO (C\$ 5230)

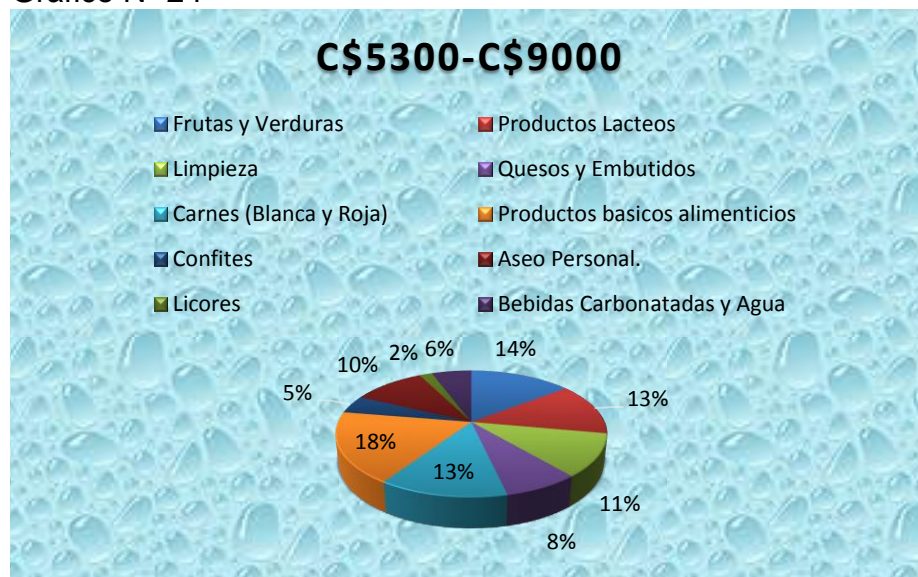
Gráfico N° 23.



Las familias que tiene un ingreso mínimo de 5230 dan prioridad a los productos básicos alimenticio con un 18%, el 14 % frutas y verduras, 13% carnes (blanca y rojas) y productos lácteos, con un 11% productos de limpieza, 10% para productos de aseo personal, el 7% queso y embutido y bebidas carbonatadas y agua, con el 5% confites y solo el 2% bebidas alcohólicas.

b. C\$ 5300 –C\$ 9000

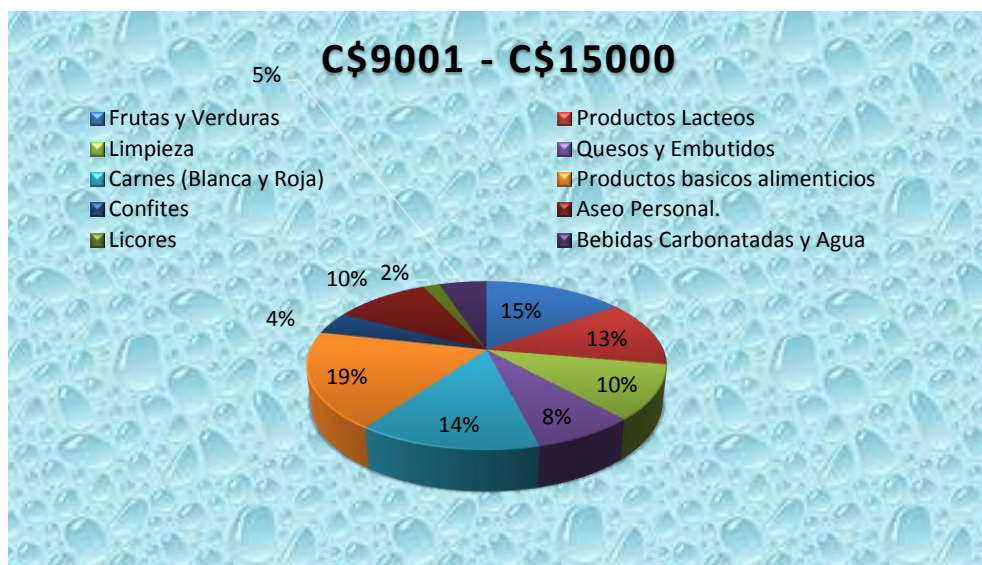
Gráfico N° 24



El 18% de las personas que tienen un salario mínimo priorizan entre sus principales gastos los productos abarrotes, seguidos con un 13% los productos como verduras y frutas y productos lácteos, el 11% es para productos de limpieza, 10% productos de aseo personal, el 8% para embutidos y queso, 6% agua y bebidas carbonatadas, el 5% confites y con un 2% siendo este el menos importante el licor.

c) C\$ 9001 –C\$ 15000.

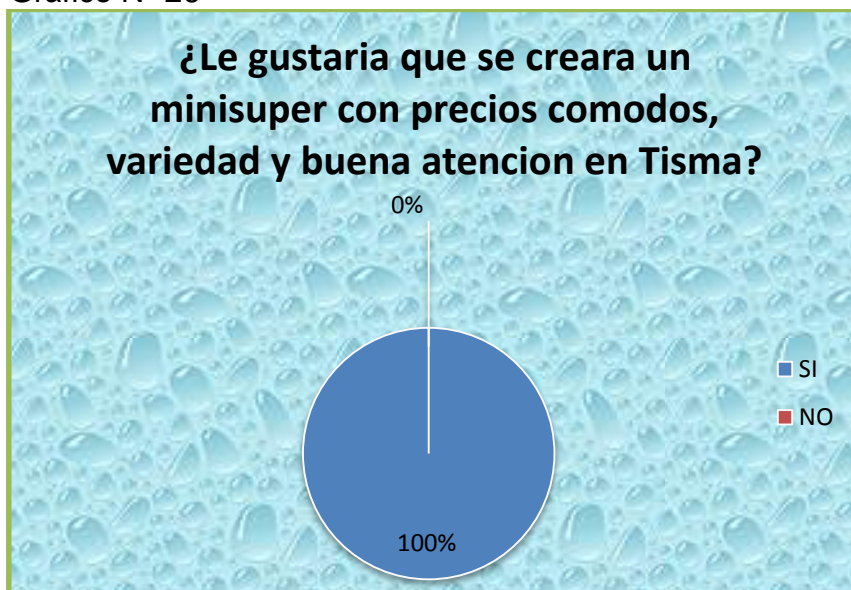
Gráfico N° 25



La población de Tisma que tiene ingreso entre C\$ 9001 – C\$ 15000, prefieren con 19% los productos de abarrotos, con 15% verduras y frutas, el 14% carnes (blanca y roja), en cuarto lugar con 13 % los productos lácteos, el 10% productos de limpieza y aseo personal, el 4 % prefieren los confites y solo el 2% compran licores.

6.- Aceptación de la iniciativa.

Gráfico N° 26



El 100 % de los encuestados aseguraron que si se abriera un minisúper en Tisma estos comprarían y apoyaría la iniciativa, ya que les ahorraría tiempo y dinero al tener un local que les ofrezca las condiciones de compran para no tener que ir hasta Masaya a adquirirlo.



1.6. INFORMACIÓN SECUNDARIA

Se denomina fuentes secundarias aquellas que reúnen la información escrita que existe sobre el tema. Esta se obtuvo a través de libros, entrevistas, internet y datos proporcionado por la Alcaldía de Tisma.

1.6.1 ANALISIS DE LA COMPETENCIA

La competidores del mini súper son las pulperías, distribuidoras, supermercados y mercados municipales, siendo estos los más visitados por los pobladores de Tisma según resultado de la encuesta realizada.

Existen tres supermercados que están ubicados en el centro de Masaya alejados del segmento de mercado en estudio, lo que permite una ventaja comercial ya que no existe un súper cercano a este. El único recurso que cuenta Tisma para adquirir sus víveres sin salir del pueblo es una abarrotería ubicado en el centro del municipio.

La condición de la competencia nos indica que son empresa establecida en el mercado por muchos años y poseen las condiciones operativas y económicas que le han permitido mantenerse en el mercado.

Abarrotería Anita el cual este ofrece a los clientes una combinación de productos con una alta variedad, cabe destacar que es la única distribuidora que ofrece a los pobladores de Tisma el servicio de obtención de víveres sin salir del municipio, lo que lo convierte en el competidor más cercano.

Supermercado pali: Es el segundo más visitado por pobladores de Tisma según los resultados de las encuesta, cuya fórmula comercial está compuesta por una fuerte orientación a la optimización de los costos de operación y una política de negociación basada en el reconocimiento al desplazamiento de altos volúmenes de mercadería, cuyo resultado final es el de ofrecer a los clientes el precio más bajo del mercado en los productos de consumo básico familiar. Caracterizándose con las mejores marcas líderes nacionales y privadas que cubran eficientemente las necesidades básicas de la familia, dentro de un ambiente agradable.

Supermercado maxi pali: este supermercado es el más grande en cuanto a variedad ya que se puede encontrar mercadería en general, ropa para damas, caballeros y niños, electrodomésticos, ropa de cama, toda la línea de ferreterías,



productos para automóviles y de tecnología, de igual manera, se encontrará abarrotes y perecederos para el consumo del hogar.

Minisúper Abarca: Es uno de los menos visitados según las encuestas, pero igual que el resto es visitado por los pobladores de Tisma aunque en menor frecuencia.

Mercado municipal: aunque no es un supermercado formal es un sitio donde los pobladores de Tisma asista con mayor frecuencia para adquirir sus necesidades básicas, por la variedad de producto y precio de mercado que este ofrece.

1.6.2 ANALISIS DE PRECIOS¹³

Estos datos fueron tomados de visitas realizadas a las distintas empresas comercializadoras y productoras de Managua, las cuales facilitaron listas de precios y de las cuales se escogieron ciertos productos que el mini súper ofrecerá, estas fueron utilizadas para la proyección de los precios. Cabe destacar que al precio de algunos productos se le aplica un margen de ganancia del 15% al 20 % dado por algunas empresas y que sirve como punto de partida para la fijación de precios señalando siempre al tipo de mercado a captar.

1.6.3 PROYECCIÓN DE LOS PRECIOS

Los precios que se proyectaron son aquellos que serán ofrecidos al consumidor final, el cual proporcionó el precio de mercado, este fue utilizado para el cálculo de los ingresos por ventas que se tomó como referencia para el presente estudio.

¹³ Ver Anexos N° 3, Pagina N° 5.



1.6.4 PLAZA (PROVEEDORES)

Los proveedores que se utilizaran para este proyecto serán directamente con las casas comerciales, y estos mismos se encargan de llevar el producto hasta las instalaciones del mini súper. A continuación se muestra una lista de los potenciales proveedores.

Tabla N° 3. Lista de proveedores requeridos¹⁴.

Nº	Razón social	Descripción
1	Kola Shaler Industrial, S.A.	Elaboración De Bebidas No Alcohólicas; Producción De Aguas Minerales
2	Matadero Nandaime	Conservación De Carne Y Productos Cárnicos
3	Panamco De Nicaragua S.A.	Elaboración De Bebidas Gaseosas; Producción De Aguas Minerales Y Jugos Naturales.
4	Agri-corp	Granos básicos arroz, Productos Varios
6	Comercial MW, S.A	Sol Maya. Distribuidora de productos varios
7	Distribuidora Cesar Guerrero S.A (Dicegsa)	Importación y Distribución de productos farmacéuticos y de consumo masivo.
8	Compañía Cervecera de Nicaragua, S.A	Elaboración De Bebidas No Alcohólicas; Producción De Aguas Minerales Y Hielo.
9	Comercializadora de Productos Mixtos	Distribuidora de productos varios
10	Químicos Industriales, S.A. Quiminsa	Distribuidora de productos químicos.
11	La Perfecta (Parmalat)	Elaboración De Productos Lácteos
12	Unilever	Distribuidora de producto

¹⁴ Proformas de Proveedores; Ver Anexos N° 3, Paginas N° 5 - 23.



1.7 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Con respecto a la oferta no se realizó estimaciones, debido a que no se obtuvo información general de los ingresos por ventas del oferente más cercano al segmento de mercado existente en el municipio de Tisma, por lo que se concluye que la oferta es igual a cero.

1.8 DEFINICION DE LA DEMANDA

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o reclama para lograr satisfacer una necesidad específica a un precio determinado.

La demanda se deriva de los gustos y necesidades de los compradores, que explica cómo estos gastan sus ingresos entre los productos y servicios que tienen a su disposición. La preferencia de los consumidores, supone que estos tratarán de hacer máxima la utilidad derivada del consumo de un producto, por lo que antes de gastar, buscan donde conseguir la mayor utilidad por cada córdoba gastado.

En el municipio de Tisma existe demanda de este servicio, debido que no existe un lugar donde los pobladores puedan adquirir todos los productos que necesitan para su hogar, lo único que existe es una abarrotería que no siempre satisface sus necesidades en su totalidad.

A continuación se muestra la tabla del consumo per cápita:

Tabla N° 4. Consumo Per cápita

Consumo per cápita al año ¹⁵	
Años	Córdobas
2015	C\$ 58,785.77
2016	C\$ 60,255.41
2017	C\$ 61,797.95
2018	C\$ 63,379.98
2019	C\$ 65,002.51

Fuente: Elaboración propia

Al haber calculado el consumo per cápita, este se multiplico por el número de familias que constituyen el objetivo de mercado del proyecto y se obtuvo la demanda proyectada.

¹⁵ Fuente: Encuesta Ver Anexo N° 4, Página 24

1.8.1 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para proyectar la demanda se utilizó los datos de las familias de Tisma urbana la cual esta es multiplicada por el consumo per cápita anual. En el siguiente cuadro se muestra la demanda proyectada:

Tabla N° 5. Proyección de la demanda

Año	Proyección de la demanda anual (C\$)	Demanda mensual (C\$)
2015	84,087,753.27	7,007,312.77
2016	88,344,674.48	7,362,056.21
2017	92,871,813.2	7,739,317.77
2018	97,629,887.39	8,135,823.95
2019	102,632,463	8,552,705.25

Fuente: Elaboración Propia.

1.8.2 ABSORCIÓN DE LA DEMANDA

Dado que no se obtuvo información monetaria sobre la oferta no fue posible calcular el balance oferta- demanda, por lo que la absorción de la demanda se calcula tomando como referencia un 20% de la demanda proyectada para cada año, según Baca Urbina. Evaluación de proyecto se recomienda absorber ente el 5 % y 10 % de la demanda, considerando que esta iniciativa no tiene competencia se decidió absorber el 30 %.

En la siguiente tabla se muestra la demanda que absorberá el proyecto.

Tabla N° 6. Absorción de la demanda

Año	Absorción de la demanda anual C\$	Demanda absorbida mensualmente C\$
2015	25,226,325.98	2,102,193.83
2016	26,503,402.34	2,208,616.86
2017	27,861,543.96	2,321,795.33
2018	29,288,966.22	2,440,747.18
2019	30,789,738.91	2,565,811.58

Fuente: Elaboración Propia.

1.9 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Los canales de distribución juegan un papel muy importante ya que sirven de puente para llevar los productos hasta el consumidor.

En este tipo de estudio se utilizará el Canal indirecto. Un canal de distribución suele ser indirecto, porque existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final. El tamaño de los canales de distribución se mide por el número de intermediarios que forman el camino que recorre el producto. Dentro de los canales indirectos se puede distinguir entre **canal corto** y **canal largo**.

El que se utilizara será el canal corto. Un **canal corto** sólo tiene dos escalones, es decir, un único intermediario entre fabricante y usuario final. Este canal es habitual en la comercialización de automóviles, electrodomésticos, ropa de diseño... en que los minoristas o detallistas tienen la exclusividad de venta para una zona o se comprometen en a un mínimo de compras.

Esquema N° 1. Canales de distribución





1.9.1 PROMOCIÓN

Existen diferentes interpretaciones sobre el concepto de **Promoción de Ventas**, pero en un sentido amplio la promoción se puede definir como: “Alicientes o incentivos directos para aumentar las ventas, tanto a distribuidores como a consumidores, buscando ventas inmediatas, acciones de tipo comercial bajo una estrategia de marketing, que se enfocan en mejorar el nivel de ventas principalmente a corto plazo”.

La promoción de ventas que se busca para el mini súper va directo al comportamiento de los compradores. Cabe destacar que la promoción no genera una compra inmediata, pero ayuda a que un producto no conocido, sea comprado por primera vez por un cliente, causando una posible fidelidad que antes no se tenía de no ser por la promoción nunca se hubiese comprado; fortaleciendo así la “identidad de marcas de las empresas”.

1.9.2 OBJETIVOS DE PROMOCION.

- i) **Incrementar el tráfico o la llegada de consumidores:** El primer paso es hacer que el comprador se acerque al punto donde está el producto o los productos ofrecidos, ya sea colocándolo en la cabecera de la góndola o rotulando estas con cartulinas o etiquetas, también se puede colocar a un promotor de ventas (empleado de la empresa) para que ofrezca el producto.
- ii) **Incrementar la frecuencia y la cantidad de compra:** Consiste en buscar que los compradores compren más y de manera más seguida los productos.
- iii) **Fidelizar el uso del punto de venta:** Que el consumidor se acerque frecuentemente al sitio de venta, que lo prefiera y se acostumbre a usarlo.



- iv) **Disminuir la temporalidad de las compras:** Buscar romper con las tendencias de temporadas para tener un tráfico estable y fluido en el punto de ventas.
- v) **Objetivos de las promociones en la relación directa con el consumidor:** Cuando se encuentran el promotor de ventas y el consumidor, el primero (el promotor) debe buscar promocionar su producto animando al cliente a que pruebe y use el producto por “primera vez”.

1.9.4. MECANISMOS QUE SE PODRIAN UTILIZAR EN LA PROMOCIÓN DE PRODUCTOS

- ❖ Volantes promocionales: Que se entregan en el establecimiento invitando a una degustación a recoger una muestra gratis etc.
- ❖ Concursos: Por la compra del producto participe en la rifa de...
- ❖ Cupones: Vales certificados que pueden ser utilizados para pagar parte del precio del producto o servicio.
- ❖ Regalos en producto: Muy utilizados en segmentos infantiles. Llevar un muñeco, un juego etc. dentro del producto.
- ❖ Complementación: Que el uso de un producto influya sobre el consumo de otro, por ejemplo lleva tu shampoo “marca” y llévate el acondicionador.
- ❖ Eventos: Ferias y Convenciones para promocionar y mostrar productos y servicios.

Existen muchos mecanismos a saber: Degustación, demostración, visitas y muchos que pueden idearse para las promociones y son usadas para aumentar las ventas de productos, estas influyen bastante en las decisiones de compra de los usuarios.

Cualquiera de estas técnicas de ventas se puede usar cuando un producto está próximo a vencer, esto debe de realizarse tres meses antes de que este caduque.



2. ESTUDIO TECNICO

2.1. INTRODUCCION

El presente estudio tiene como principal objetivo reflejar el aspecto físico del proyecto, lo cual hará posible la instalación de esta empresa en el cual se debe determinar todos los parámetros y requerimientos necesarios para el establecimiento de la misma.

El tamaño óptimo del minisúper se determinó mediante la capacidad que se tiene en el local alquilado, así como la dimensiones de los equipos necesarios para su instalación.

Posteriormente se detallan la ingeniería de proyecto que comprende: la descripción del servicio a través de un diagrama de flujo, la descripción de los equipos y herramientas que intervienen en el proceso de venta o servicio del establecimiento, estos debidamente cotizados en las casas comerciales.

Dentro de este estudio se construyó un organigrama de la empresa, en base a las necesidades del servicio, para su óptimo funcionamiento, una vez establecido se fijan el puesto que estarán a cargo de cada área. Para culminar se describe el marco legal el cual regirá el proyecto para que entre en pleno funcionamiento.



2.2.1 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Realizar el estudio técnico que proporcione los requisitos necesarios para la instalación de un Mini-supermercado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Calcular el tamaño que deberá tener la empresa, en base a la capacidad instalada requerida.
- Determinar la localización tanto Macro localización como Micro localización del Min-supermercado TISMITA.
- Describir la ingeniería de proyecto integrando los productos, equipos, herramientas y el proceso de servicio para la exhibición y ventas de los productos que ofrecerá el minisúper.
- Plasmar la distribución de planta.
- Elaborar el organigrama del Mini-supermercado.
- Definir el marco legal del Mini-supermercado.



2.3 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DE LA PLANTA

2.3.1. MACRO LOCALIZACIÓN

El minisúper estará ubicado en Tisma departamento de Masaya, Tisma es uno de los municipio de Masaya, este municipio tiene una área de 126 km² y una población de 16,517 habitantes (año 2014) y una población urbana de 6652 habitantes.

Tisma es un municipio donde su principal actividad económica es la ganadería, existiendo varias haciendas que se dedican al ganado de engorde y lechero. La mayor parte de terrenos son utilizados para la agricultura por propietarios privados con grandes dimensiones de terrenos, cooperativas y pequeñas parcelas, los cuales se dedican al cultivo del maíz, principal rubro que se cultiva en la zona, así como otros granos básicos, hortalizas y frutas.

El municipio tiene un clima que se caracteriza como tropical de sabana, con temperaturas de 27,5° C y con precipitaciones pluviales anuales que oscilan entre los 1.200 y 1.400 mm³ Actualmente existen pocas formaciones vegetales naturales asociadas, debido al intenso uso de la tierra en actividades agrícolas en los últimos años y agregándole a ello la extracción vegetal.

El término municipal limita al norte con el municipio de Tipitapa, al suroeste con Masaya y al este con el municipio de Granada. La cabecera municipal está ubicada a 36 km de la ciudad de Managua.

En el estudio se selecciona Tisma central ubicado frente al parque central de Tisma, el cual se decidió hacer aquí porque representa Tisma urbana además carece de un establecimiento de este tipo, permitiendo así poder cumplir con los objetivos a lograr en el proyecto y evaluar su rentabilidad, ya se cuenta con un local, cuyo propietario es la familia Lacayo Urbina quienes accedieron apoyar esta iniciativa.

Imagen N° 1. Mapa Municipio de Tisma departamento de Masaya.

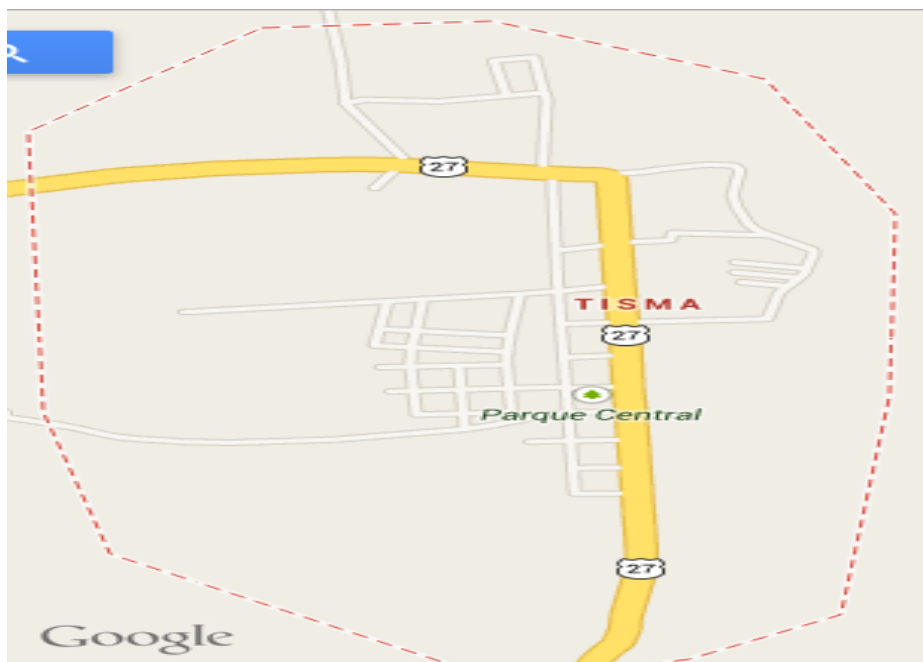
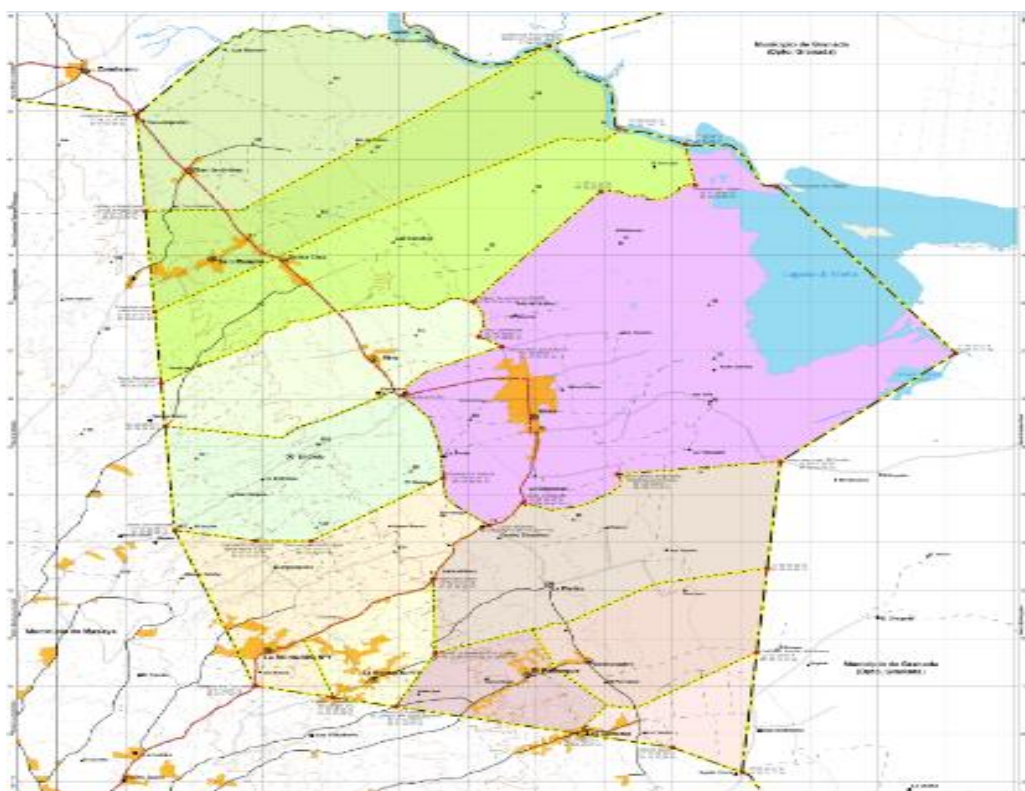


Imagen N° 2. Mapa Tisma y sus comarcas.





2.3.2. MICRO LOCALIZACIÓN

Para definir la micro localización del mini súper se toman en cuenta varios factores tales como: oportunidad de negocio, el cual desde el punto de vista de los realizadores de este estudio es el factor más importante debido a que no existe un negocio que ofrezca este tipo de servicio en este municipio, un segundo factor de importancia es la ubicación, además se toman otros factores como disponibilidad de servicios básicos, local, vías principales de circulación, facilidad de transporte.

Para la realización de este análisis se toman en cuenta los lugares dentro del mismo Tisma que son: Tisma central y montaña n° 1. Tisma central ya que es la parte urbana y céntrica del municipio de Tisma e ahí donde se encuentra los potenciales consumidores y montaña n° 1 por quedar cerca de un residencial “Rafaela Padilla” y sobre la carretera hacia el pueblo urbano de Tisma. Por tanto, para realizar el análisis de la micro localización se hace uso del método de localización por puntos ponderados, el cual consiste en asignar a cada factor antes mencionado un peso determinado para indicar su importancia relativa. Se asigna una escala de calificación a cada factor de 1 a 6, siendo 6 el valor que indica la mayor importancia entre las dos opciones analizadas. A continuación se muestra los factores relevantes y la tabla con el análisis correspondiente:

Factores Relevantes para la Macro localización:

- Disponibilidad de servicios básico
- Oportunidad de negocio
- Vías principales de circulación
- Facilidad de transporte
- Local
- Ubicación

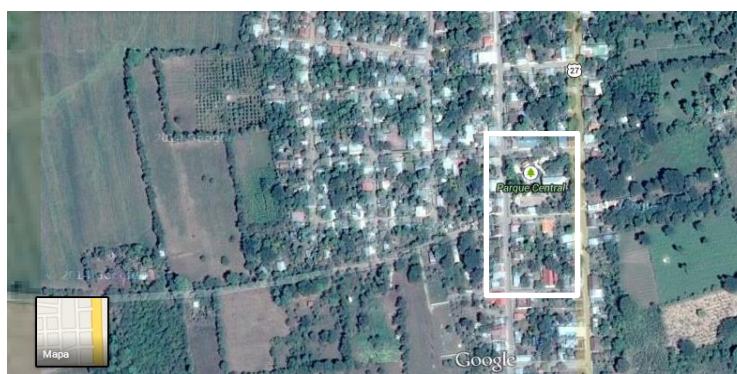
Tabla N° 7. Análisis de Localización de la Planta por Puntos Ponderados

factores relevantes	Peso Asignado	Tisma (zona central)		montañita n° 1	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Ubicación	0,23810	6	1,43	2	0,48
Oportunidad de negocio	0,2381	6	1,429	1	0,24
disponibilidad de servicios básicos	0,2063	4	0,83	2	0,41
Local	0,16	5	0,79	5	0,79
vías principales de circulación	0,10	1	0,10	5	0,48
Facilidad de trasporte	0,063492063	1	0,06349206	4	0,25396825
Total	1		4,635		2,65

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos indican que Tisma central presenta una calificación ponderada de 4.635 y montaña n° 1 presenta una calificación ponderada de 2.65, por lo cual el lugar seleccionada para instalar la planta es Tisma central ya que posee la mayor calificación ponderada.

Imagen N° 3. Ubicación del local.





2.4. INGENIERÍA DE PROYECTO

2.4.1. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE SERVICIO.¹⁶

1.- El cliente visita el Minisúper: El cliente visitará las instalaciones del Minisúper y se dirigirá directamente a los pasillos donde se exhiben los productos.

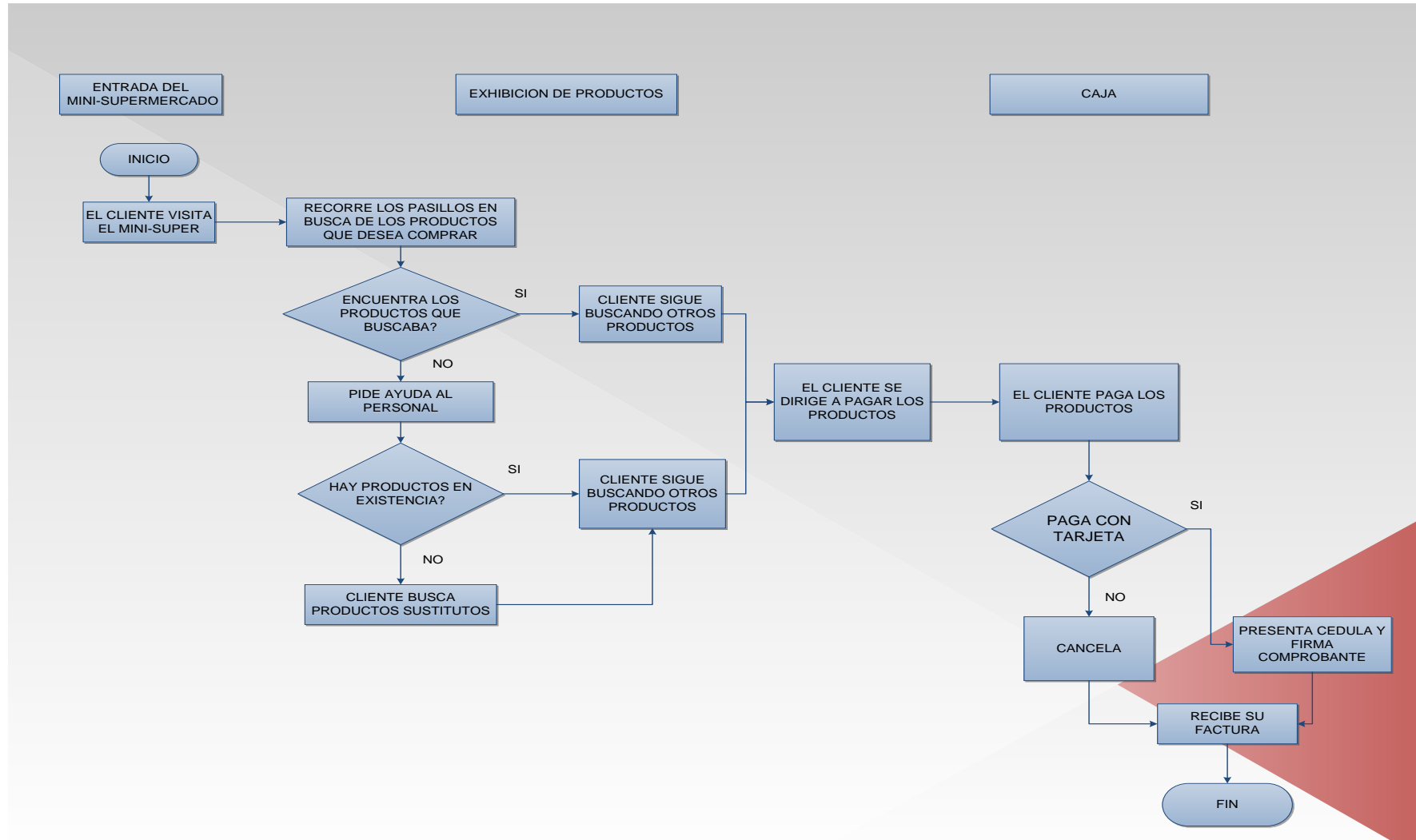
2.- Recorrerá los pasillos en busca del producto que desea comprar: El usuario recorrerá cada uno de los pasillos en busca del producto que quiere comprar y lo colocara en un cesto donde transportara el producto hasta la caja.

3.- Encuentra el producto que busca: Si el cliente encuentra lo que busca se dirigirá a caja a efectuar el pago, si en otro caso no encontrara preguntara a los empleados si hay, si no hay en existencia, seguirá en busca de otro producto o simplemente saldrá de las instalaciones del minisúper.

4.- El cliente paga los productos : Una vez encontrado todo lo que busca el cliente se dirigirá a pagar el producto a la caja donde lo atenderá una un cajero, este pago puede hacerlo en efectivo o por medio de tarjeta de crédito, en cualquiera de los casos recibirá un recibo detallado cada producto que lleva.

¹⁶ Diagrama de Flujos Referidos al Servicio al cliente: www.undibeq.org

Diagrama N° 2. Flujo de Procesos del servicio



2.4.2. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.

Todo presupuesto implica un plan para la realización de objetivos, en especial de tipo financiero, para llevarlos a cabo en un plazo determinado en donde se establecen opciones y los recursos necesarios para lograrlo.

2.4.3. Mobiliario y Equipo:

La inversión en mobiliario y equipos comprende todos aquellos recursos que intervendrán en la operación normal del proyecto.

A continuación se brinda el detalle de los equipos y sus respectivos costos de adquisición.

Imagen N° 4.

Exhibidor de carne ¹⁷
Descripción
Dimensiones: Altura: 1.56 metros Frente: 2 metros Fondo: 1.28 metros Información técnica: Modelo: EAEXM-2000 Vidrio frontal curvo. Estructura de acero inoxidable Doble barra de acero para colgar carne 2 niveles de exhibición Rango de Temperatura: 30 a 100 °C Gas Refrigerante: R-134a Cantidad : 1 Precio : C\$ 158,359.14



¹⁷ Proforma; Ver anexo N°5, Pagina N° 26

Imagen N° 5.

Estantería metálica para frutas tipo isla¹⁸

Descripción

Modelo : Chef Modelo No. 1590

Cantidad : 1

Precio : C\$ 21,235.90



Imagen N° 6.

Exhibidor de bebidas de 4 puertas¹⁹

Descripción

Modelo : VCM-4P

Dimensiones :

Frente : 2.87 metros

Fondo : 0.74 metros

Altura: 2.05 metros.

Exhibidor frío de 4 puertas de vidrio

Cantidad : 2

Precio unitario : C\$ 139,256.83

total : C\$ 278,493.66



¹⁸ Proformas; Ver anexo N° 5, página N° 26

¹⁹ Proformas; Ver anexo N° 5, página N° 27

Imagen N° 7

Exhibidor de bebidas ²⁰	
Capacidad: Pies Cúbicos: 26	
Botellas 20 Oz.: 355	
Litros: 736	
Latas 12 Oz.: 639	
Dimensiones: Altura: 198.25 cm.	
Frente: 76.25 cm.	
Fondo: 75.00 cm	
Precio unitario : \$ 45,591.93	

Imagen N° 8.

Mantenedoras ²¹	Descripción
Marca : GL-280	
Capacidad : 11.5 pies cúbicos	
Altura: 85.41	
Frente :128.90	
Fondo : 67.90	
Precio unitario : C\$ 24,717.53	
Cantidad : 3	
Total : C\$ 74,152.59	

²⁰Proformas; Ver anexo N° 5, página N° 28

²¹ Proformas; Ver anexo N° 5, página N° 28

Imagen N° 9.

Estantes²²	
Descripción	
Estantes metálicos	
Ángulo ranurado 2.00m largo x 2.00m alto con 4 niveles de 0.40m fondo	
Cantidad Requerida: 4	
Precio unitario: C\$ 4,590.12	
Total: C\$ 18,360.48	
	
Góndolas²³	
Descripción	
Góndola metálica de 1.22m largo	
1.80m alto con base más 3 niveles	
Cantidad Requerida: 6	
Precio Unitario: C\$ 10,617.95	
Total: C\$ 63,707.7	
	

²² Proformas; Ver anexo N° 5, página N° 29

²³ Proformas; Ver anexo N° 5, página N° 30

Imagen N° 10.


Lector de barra ²⁴	
Descripción	
Dimensiones 170 x 71 x 67 mm / 6.7 x 2.8 x 2.6 pulg.	
Peso (sin cable) 128 g / 4.5 oz	
Color Negro o blanco	
Especificaciones técnicas	
Voltaje de funcionamiento de la base (pot) 5 vdc \pm 10%	
Consumo de corriente operativo: 100 ma @ 5 vdc	
Auxiliar: <35 ma	
Cantidad: 2	
Precio : C\$ 5,005.61	Total : C\$10,011.22

Imagen N°11

Caja de efectivo Dynapos²⁵.	
Descripción	
Modelo : MS Cash Drawer, con 5 depósitos para 3 Billetes y 5 depósitos para monedas.	
Cantidad : 2	
Precio unitario : C\$ 3,185.39	
Total : C\$ 6,370.78	

²⁴ Proformas; Ver anexo N° 5, página N° 31

²⁵ Proformas; Ver anexo N° 5, página N° 32

Imagen N° 12.



Descripción	
Impresora de recibo Samsung Bixolon²⁶	
Modelo: SRP270	
Cantidad : 2	
Precio unitario : C\$ 6,158.41	
Total : C\$ 12,316.82	

Imagen N° 13.

Balanza ²⁷	
Capacidad: 40 lb	
Lectura: en libras	
Cantidad: 2	
Precio unitario : C\$805.12	
Total : C\$ 1,610.24	

²⁶ Proformas; Ver anexo N° 5, página N° 32

²⁷ Proformas; Ver anexo N° 5, página N° 33

Imagen N° 14

Computadora de escritorio²⁸:

Procesador : Core I3 3.5 GHz 4150 LGA 1150

Cantidad requerida: 5

Precio unitario: \$12,583.26

Total :C\$ 62,916.3



Imagen N° 15.

Extintor ²⁹

Descripción

Marca: Tornado modelo OMANQS10

Agente: químico seco ABC 75 %

Capacidad: 10 lb

Altura: 20 pulgadas

Tipo: recargable

Presión de trabajo (nitrógeno): 195 psi


Rango de temperatura: 60 a 120 F

Tiempo de descarga: 10 segundos

Precio: C\$ 746.55

Cantidad : 2

Total : C\$ 1,493.1



²⁸ Proformas; Ver anexo N° 5, página N° 34

²⁹ Proformas; Ver anexo N° 5, página N° 35

Imagen N° 16.

Descripción	
Mueble para caja ³⁰	
Medidas: 2.05 metro largo x 1.00 metros (lateral derecho) x 0.88 metros (lateral izq.)	
Cantidad : 2	
Precio unitario : C\$ 11,528.06	
Total : C\$ 23,056.12	



Imagen N° 17.

Archivero metálico ³¹	
	Descripción
Capacidad : 4 gavetas	
Color: beige	
Sistema : cierre general	
Gavetas montadas en rieles telescópicos	
Cantidad : 2	
Precio unitario: C\$ 6,370.77	
Total : C\$ 12,741.54	



³⁰ Proformas; Ver anexo N° 5, página N° 36

³¹ Proformas; Ver anexo N° 5, página N° 37

Imagen N° 18.

Escritorio metálico³³

Descripción

Capacidad : 2 gavetas

Color: color madera

Cubierta melanina

Cantidad: 3

Precio unitario: C\$ 3337.07

Total: C\$ 10,011.07



Imagen N° 19.

Silla semi- ejecutiva³²

Descripción

Con brazo y respaldo de malla

Sistema hidráulico para regulación de altura

Cantidad: 3

Precio unitario: C\$ 3640.44

Total : C\$ 10,921.32



■ CH-618AXSN


³² Proformas; Ver anexo N° 5, página N° 38

³³ Proformas; Ver anexo N° 5, página N° 38

Imagen N° 20

<p>Marca : office`s</p> <p>DAMASCO S/BRAZO</p> <p>Cantidad : 3 x2</p> <p>Precio : C\$ 18,993.60</p> <p>Total : C\$ 37,987.20</p>	<p>Sillas de esperas³⁴</p> <p>Descripción</p>	
---	--	--

Imagen N° 21.

<p>Modelo: YLRS-A</p> <p>Enfriador de agua fría y al tiempo</p> <p>Cantidad : 1</p> <p>Precio unitario : C\$ 4,642.88</p> <p>Total : C\$ 4,642.88</p>	<p>Dispensador de agua³⁵</p> <p>Descripción</p>	
--	--	--

³⁴ Proformas; Ver anexo N° 5, página N° 39

³⁵ Proformas; Ver anexo N° 5, página N° 41

Imagen N° 22.

Estantería para bodega ³⁶	
Descripción	
Góndola metálica de 4 m largo	
2 m alto x 0.40 m de fondo con base más 4 niveles	
Cantidad Requerida: 4	
Precio Unitario: C\$ 4,4220.80	
Total: C\$ 12,662.24	

TRANSPORTE

Al momento de la elección se tomaron en cuenta varios factores como la oferta del mismo y se buscó un equipo con el mejor rendimiento posible en kilometraje por galones consumidos debido al cambio constante de la gasolina. Este se utilizara para la compra de productos perecederos en el mercado local de Masaya.

Una vez **evaluadas** las distintas ofertas obtenidas se decidió comprar el vehículo en AUTONICA³⁷, se seleccionó un vehículo con capacidad de 0,5 toneladas, practico e ideal para la función que va a ejercer que es el transporte de los productos perecedero del mercado de Masaya a mini- supermercado en Tisma, Además es un equipo muy económico ya que rinde 55 Km/gal.

³⁶ Proformas; Ver anexo N° 5, página N° 40

³⁷ Proformas; Ver anexo N° 5, página N° 42

Las características del camión son las siguientes:

Tabla N° 8. Detalle del Vehículo.

* Modelo	CH1012
* Tipo	Camión cabina sencilla tina, 2 puertas
* Año	2014
* Motor	Motor de 4 cilindros, combustible gasolina, 940 cc,
* Potencia máxima	43 H.P.
* Capacidad	En cabina, 2 pasajeros y tina para 0.5 toneladas de carga
* Caja de Velocidades:	Manual, 5 velocidades sincronizadas hacia adelante y 1 hacia atrás
* Transmisión	Mecánica, sencilla
* Sistema de suspensión:	Delantera tipo McPherson y Trasera tipo ballestas (hojas de resortes)
* Sistema de frenos:	Delanteros Discos Ventilados y Traseros de Tambor
* Llantas	4 llantas 155R12LT
Precio	C\$ 171,470

Tabla N° 9. Accesorios del Vehículo

EQUIPADO CON:	
* Radio /AM/FM.	* Bolso de herramientas
* Cinturones	* Llanta de repuesto
* Manual del conductor	* Tapón de combustible
* Espejos laterales	* Tapizado de Tela
* Luz Interior.	* Tina Metálica

Fuente: Cotización del vehículo

Imagen N° 23



2.4.4. FUENTE INFORMACIÓN DE EQUIPOS

Todos los equipos que se utilizaran serán adquiridos en la ciudad entre los cuales tenemos posibles importadoras que nos facilitaran todo lo necesario.

Tabla N° 10. Detalle de empresas en las cuales se cotizo la maquinaria

Nombre equipo	Nombre de la empresa	Dirección
1.- Exhibidor de carnes 2.-Estanteria metálica para frutas 3.- Exhibidor vertical	Importadora de maquinaria industrial S.A.(IMI S.A) 	Km.3.5 carretera norte. Nuevo diario 2 c Abajo, Managua.
1.- Estantes 2.- Góndolas	Estantería y sistemas 	Rotonda el Gueguense ½ al norte.
1.-Extintores	 SERVICIOS CONTRA INCENDIOS EBEN-EZER®	Costado oeste plaza oriental II
Computadora Impresora		Calle principal de Altamira Ferretería Roberto Morales 100mts sur
Archivero	Tercero comercial 	Colonia Don Bosco del Cafetín Don Bosco 1 1/2.c al lago, Sobre la Pista
1.- Escritorios ejecutivos 2.- Sillas ejecutiva	 Ofimuebles	Dirección: Rotonda Universitaria 300 Mts. Al Norte.
Mesa para caja registradora	Mobi-Equipo S.A 	Puente el Paraisito 20 varas abajo.
Estantería de bodega	Metalugica Martinez 	Ministerio del trabajo 3 cuadra abajo.



2.5. TAMAÑO Y CAPACIDAD DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto en este caso estará determinado por el espacio físico del terreno que se dispone, que en este caso es de para albergar las diferentes áreas en las que se divide el mini súper.

2.5.1.DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La distribución de planta nos permite ordenar todas las áreas específicas de la empresa, por lo que es importante reconocer que orienta al ahorro de recursos, esfuerzos y otras demandas. Como en todo servicio, el tipo de distribución de planta es por proceso, las áreas se distribuyeron tomando en cuenta los movimientos del cliente, así como las interrelaciones entre las distintas áreas.

Se distribuyeron los espacios y recursos disponibles manteniendo a su vez las condiciones óptimas de seguridad y bienestar, para quienes hagan uso de ellas. Se aprovechó en su totalidad el local del que se dispone, evitando con ello dejar espacios ociosos que no reporten utilidad alguna tanto para el demandante como para el oferente del servicio.

El minisúper incluye varias áreas, entre ellas: el área de venta, oficina, bodega, parqueo, servicios. Cada escenario con características específicas que permitirá un mejor desarrollo en las actividades.

El área del terreno es de 651 metros cuadradas.



PLANO

2.5.2.CALCULO DE LAS ÁREAS DE LA EMPRESA.

2.5.3.CLASIFICACIÓN Y TAMAÑO DE LAS ÁREAS DE LA EMPRESA.

Tabla N° 11. Clasificación y tamaño de las áreas de la empresa.

Zona	Ambiente	MTS		M ²		
		Ancho	Largo	Área	Ambientes	Área Total
Administración	Oficina de Gerente	3.2	3	9.6	1	9.6
	Oficina de administrador y compras	3.2	3	9.6	1	9.6
	Secretaría	2.9	2.2	6.38	1	6.38
	Recepción	3.8	2.9	11.02	1	11.02
	Sanitarios	2.2	1.3	2.86	2	5.72
Área de Ventas	Cubículos de caja y Exhibición de Productos	2.2	7.1	15.62	1	15.62
		14.9	13.1	195.19	1	195.19
Bodega	Área de descarga	12.3	6.3	77.49	1	77.49
	Bodega de productos					
Exteriores	Estacionamiento	21.5	12.1	260.15	1	260.15
	Áreas Verdes	4.4	13.1	57.64	1	57.64
Mantenimiento	Cuarto del equipo de limpieza	2.2	1.2	2.64	1	2.64
Total						651.05

Fuente: Elaboración basada en la distribución de planta.

Es importante destacar que al momento de diseñar la distribución de planta, específicamente el área de Exhibición de productos se tomó en cuenta las normas del ministerio del trabajo:

- la dimensión mínima para la anchura de pasillos es 1.20 metros³⁸.
- Las máquinas, en nuestro caso equipos de refrigeración distarán de las paredes como mínimo 0.80 metros³⁹.
- los locales de trabajo dispondrán de dos metros cuadrados de superficie por cada trabajador.

³⁸Ley general de higiene y seguridad del trabajo ley No. 618, Art. 90, Art. 90, inciso a.

³⁹ Ley general de higiene y seguridad del trabajo ley No. 618, Art. 91.



2.6. Método de distribución. Diagrama de recorrido y SLP.

La distribución de una planta debe integrar numerosas variables interdependiente. Una buena distribución reduce al mínimo posible los costos no productivos, como el manejo de materiales y el almacenamiento, mientras que permite aprovechar al máximo la eficiencia de los trabajadores. El objetivo de cada una de las distribuciones es:

- a) **Distribución por proceso:** Reducir al mínimo posible el costo del manejo de materiales, ajustando el tamaño y modificando la localización de los departamentos de acuerdo con el volumen y la cantidad de flujo de los productos.
- b) **Distribución por producto:** Aprovechar al máximo la efectividad del trabajador agrupando el trabajo secuencial en módulos de operación que producen una alta utilización de la mano de obra y del equipo, con un mínimo de tiempo ocioso.

Los métodos para realizar la distribución por proceso o funcional son el diagrama de recorrido y el SLP (Systematic Layout Planning)

Método del diagrama de recorrido: Es un procedimiento de prueba y error que busca reducir al mínimo posible los flujos no adyacentes colocando en la posición central a los departamentos más activos. Se desarrolla una carta o diagrama de recorrido (travel chart) para mostrar el número de movimientos efectuados entre departamentos y así identificar los departamentos más activos. La solución se logra por medio de una serie de pruebas usando círculos para denotar los departamentos y líneas conectoras para representar las cartas transportadas en un periodo. Se llaman departamentos adyacentes aquellos que en la distribución hayan quedado juntos, arriba, abajo, a los lados o en forma diagonal.

El método se puede desarrollar en cinco pasos.

- 1.- Construya una matriz en donde tanto en los renglones como en las columnas aparezcan todos los departamentos existentes en la empresa.



Tabla N° 12. Códigos y especificaciones.

LETRA	DESCRIPCION
A	Absolutamente necesario
E	Especialmente importante
I	Importante
O	Común
U	Sin importancia
X	Indeseable

2.- Determine la frecuencia de transporte de materiales entre todos los departamentos llenando la matriz.

3.- Ubique en la posición central de la distribución al o los departamentos más activos. Esto se logra con solo sumar de la matriz el número total de movimientos en cada departamento tanto de adentro hacia afuera, como de afuera hacia adentro.

- Mediante aproximaciones sucesivas, localice los demás departamentos, en forma que se reduzcan al mínimo posible los flujos no adyacentes.
- La solución es óptima si se ha logrado eliminar todos los flujos no adyacentes, si estos aún persisten, intente reducir al mínimo posible el número de unidades que fluyen a las áreas no adyacentes, ponderando distancia y número de unidades transportadas.

El método SLP utiliza una técnica poco cuantitativa al proponer distribuciones con base en la conveniencia de cercanía entre los departamentos. Emplea la simbología internacional dada.



Tabla N° 13. Códigos. Diagrama de hilo.






CÓDIGO DE CERCANÍA		
Letra	Orden de proximidad	Valor en línea
A	Absolutamente necesario	
E	Especialmente importante	
I	Importante	
O	Ordinaria o normal	
U	Unimportant (sin importancia)	
X	Indeseable	

Tabla N° 14. Código de razones para la utilización del método SLP.

CODIGO DE RAZONES	
Numero	Razón
1	Por control
2	Por higiene
3	Por proceso
4	Por conveniencia
5	Por seguridad

Fuente: formulación y evaluación de proyecto. Gabriel Baca Urbina.

Las áreas a tomar en cuenta para este análisis son:

1. Recepción de Productos
2. Almacenamiento de Productos perecederos y no perecederos.
3. Almacén de productos en Estantes y Exhibidores
4. Cubículos de Caja
5. Oficina de Administrador y Encargado de inventario
6. Oficina de Gerente general
7. Sanitarios
8. Almacén de productos de limpieza

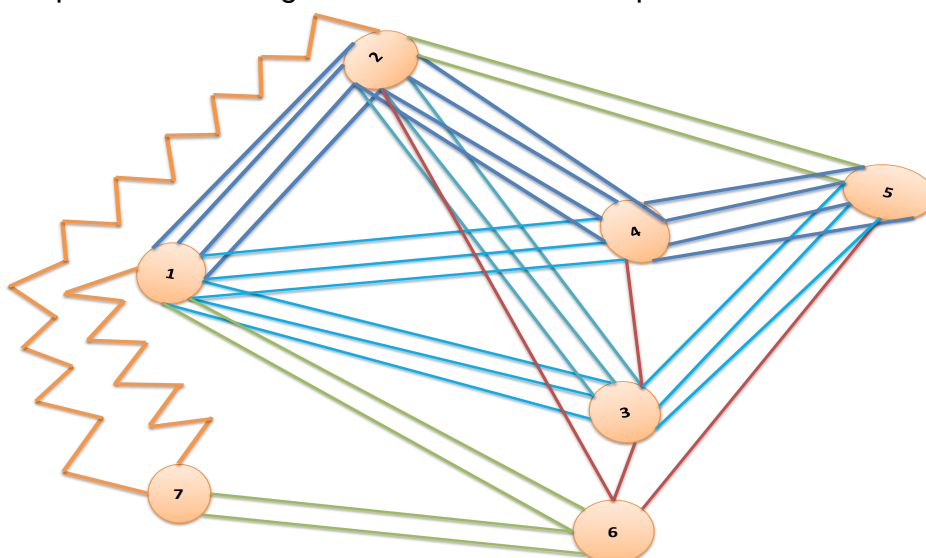
Las áreas verdes y el estacionamiento no se toman en cuenta ya que estos están previamente determinados de acuerdo a las características topográficas de la ubicación de la planta. Dado esto, se construye la matriz de relación de las áreas de la empresa y a partir de este diagrama se elabora el diagrama de hilos que utiliza el código de líneas y que constituye la base para la distribución final de todas las áreas de la empresa. Dichos diagramas se muestran a continuación:

Tabla N° 15. Matriz relación de las áreas de la empresa

1	Recepción de Productos	A							
2	Bodega de Suministros	1	E						
3	Oficinas Administrativas	E	3	E					
4	Exhibición de Productos	3	A	4	U				
5	Cubículos de Caja	O	1	I	5	X			
6	Sanitarios	3	E	3	O	4	X		
7	Almacén de productos de limpieza	A	1	O	4	U	4		
		1	U	4	U	2			
		O	3	U	4				
		4	U	4					
		O	4						
		3							

Fuente: Elaboración propia.

Esquema N° 2 .Diagrama de hilo del mini súper



FUENTE: Elaboración propia.



2.7. SEGURIDAD E HIGIENE.

El ministerio de salud detalla los equipos de protección personal para los trabajadores; de los cuales se eligió los que se adaptan a las condiciones y actividades propias del mini súper.

Toda persona que manipula alimentos debe usar uniforme completo (para mujeres vestido color claro con mangas, para hombres camisa con manga y pantalón color claro y tela resistente; tanto hombres como mujeres deben usar gorro o redecilla, gabacha o delantal color claro, zapatos cerrados adecuados al área de trabajo y antideslizantes, limpio y exclusivo para trabajar. Deben conservar las uñas limpias, recortadas y sin esmalte.

El mantenimiento y el control de los equipos de trabajo se efectuarán en función de las características propias del equipo, sus condiciones de utilización y cualquier otra circunstancia normal o excepcional que pueda influir sobre su deterioro o desajuste.

2.7.1. HÁBITOS HIGIÉNICOS EN EL LUGAR DE TRABAJO

Los trabajadores deben tomar las siguientes medidas:

- Debe evitar fumar, escupir, masticar chicle, comer en las horas laborables, estornudar o toser, hablar, bostezar sobre los alimentos, rascarse, tocarse el cabello y la cara, tocarse la nariz u oídos, mientras se encuentren manipulando alimentos, ya que se corre el riesgo de contaminarlos.
- Deben lavarse las manos con agua y jabón cuantas veces sea necesario, antes de comenzar su labor diaria, después de manipular cualquier alimento crudo, después de llevar a cabo cualquier actividad no laboral como comer, beber, fumar, sonarse la nariz o ir al servicio sanitario.
- Debe destinar una persona para atender en forma exclusiva el área de embutidos y otra para carnes frescas, para prevenir que los productos listos para el consumo humano sean contaminados con productos crudos.



2.7.2.CONSERVACIÓN DE ALIMENTOS

- No deben colocarse cargas superiores al límite máximo de capacidad de operación de las góndolas refrigerantes pues esto no permite que la temperatura sea homogénea en los productos, corriéndose el riesgo que estos se descompongan debido a que la capacidad del equipo se sobrepasa.
- En las góndolas los productos crudos deben estar separados de los productos listos para consumir y agrupados de acuerdo al tipo de productos, carnes frescas, embutidos, productos pesqueros, lácteos, ensaladas y otros, para evitar la contaminación cruzada.
- Las materias primas y los productos terminados deben conservarse a las temperaturas determinadas y se debe controlar la temperatura de las unidades refrigerantes cada 12 horas o cuando sea necesario y llevar un registro, el cual debe ser mostrado al personal de Salud que realiza la inspección.
- No deben mantenerse embutidos en exhibición fuera de los equipos refrigerantes ya que se pierde la cadena de frío y se corre el riesgo de descomposición de los productos.
- Deben asegurar la rotación de los productos alimenticios de acuerdo al tiempo de llegada

2.7.3.OBLIGACIONES DEL EMPLEADOR.

El empleador deberá adoptar las medidas necesarias para garantizar la higiene y seguridad en los lugares de trabajo.

En todo caso dichos lugares, deberán cumplir las disposiciones básicas establecidas por la norma Ministerial de higiene y seguridad del trabajo, en cuanto a sus condiciones constructivas, instalaciones, condiciones ambientales, iluminación, servicios sanitarios, orden, limpieza, mantenimiento y señalización.

2.7.4. MAPA DE RIESGO

El mapa de riesgo ha proporcionado la herramienta necesaria para llevar a cabo las actividades de localizar, controlar, dar seguimiento y representar en forma gráfica los agentes generadores de riesgo que ocasionan accidentes o enfermedades profesionales en el trabajo. El mapa de riesgo consiste en una representación gráfica a través de símbolos de uso general o adoptado, indicando el nivel de exposición ya sea bajo, mediano o alto, de acuerdo a la información recopilada en archivos del ministerio del trabajo de los factores de riesgo obvios a prevenir.

La información que se recopila en los mapas debe de ser sistemáticas y actualizables, que permitan una adecuada orientación de las actividades preventivas posteriores. En el mapa de riesgo se hace uso de una simbología que permite representar los agentes generadores de riesgo de higiene industrial tales como: ruido, iluminación, calor, radiaciones ionizantes y no ionizantes, sustancias químicas y vibración, para lo cual existe diversidad de representación, en la siguiente figura se muestra u grupo de estos símbolos, que serán usados en el mapa de riesgo del Minisúper “TISMITA “.

Tabla N° 16. Simbología de riesgo⁴⁰.

SIMBOLOS DE RIESGO			
			
			
			 Caída a un mismo nivel

⁴⁰ Proformas; Ver anexo N° 5. Página N° 42.

2.7.5. FACTORES DE RIESGO

2.7.6. SIMBOLOGÍA MITRAB



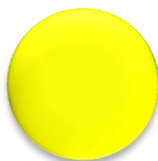
Factores de riesgo derivados de la presencia de agentes físicos (**temperatura, ventilación, humedad, espacio de trabajo, iluminación, ruido, vibraciones, campos electromagnéticos, radiaciones no ionizantes, radiaciones ionizantes, y que puedan provocar enfermedad ocupacional a las personas trabajadoras.**)



Factores de riesgos derivados de la presencia de agentes químicos que puedan presentar bajo forma de: **polvo o fibras, líquidos, vapores, gases, aerosoles y humo y puedan provocar tanto accidentes como enfermedades ocupacional a las personas trabajadoras.**



Factores de riesgo derivados de la presencia de agentes biológicos: **bacterias, virus parasito, hongos, otros.**



Factores de riesgo de origen organizativos, considerando todos los aspectos de la naturaleza ergonómica y de organización del trabajo que puedan provocar trastorno y daños de naturaleza física y psicológica.



Factores de riesgo para la seguridad: que conlleva el riesgo de accidentes. Este puede ser de diverso tipo según la naturaleza del agente (mecánico, **eléctrico**, incendio, espacio funcional de trabajo, físico, químico, biológicos y ergonómicos /organizativa del trabajo) determinante o contribuyente.



Factores de riesgo para la salud reproductiva: el daño de la salud reproductiva no solo es prerrogativa de la mujer que trabaja y por lo tanto debe valorarse los riesgos de esterilidad incluso para los hombres. Pero considerando las posibles consecuencias sobre el embarazo y la lactancia materna es necesario abordar su situación con especial atención. es necesario considerar los riesgos conllevan probabilidades de aborto espontaneo, de parto prematuro, de menor peso al nacer, de cambio genético en el feto o deformaciones congénitas.

Entre algunos de los métodos utilizados para la obtención de información, se pueden citar los siguientes:

Observación de riesgos obvios: se refiere a la localización de los riesgos evidentes que pudieran causar lesión o enfermedades a los trabajadores y/o daños materiales a través de recorrido por las áreas a evaluar

Se Analizó en el Mini-Supermercado los siguientes Riesgos.

Índice de peligrosidad: Es una lista de comprobación, Jerarquizando los riesgos identificados

Tabla N° 17. Factores de Riesgo.

Identificación del peligro/ Factores de Riesgos
I. Condiciones de seguridad:
Caídas al mismo nivel
Caídas de Herramientas, materiales desde alturas
Atrapamiento por o entre objetos
Choque contra objetos móviles o inmóviles
Contacto con objeto cortante o punzante
Contacto Eléctrico directo o indirecto
Incendio
Contacto Eléctrico directo o indirecto
Atropellamiento por Vehículo
II. Condiciones higiénico:
II.1 Contaminantes Físicos:
Iluminación inadecuada
II.3 Contaminantes Biológicos:
Bacterias, hongos
III. Trastornos Músculo-esqueléticos y de organización del trabajo
Manual de manejo de carga (Esfuerzo físico)
Posiciones Forzada

Fuente: Elaboración propia.

Puesto que el siguiente estudio es un anteproyecto, resulta obvia la razón por la cual no se puede aplicar los métodos estipulados para la obtención de información para realizar el análisis general de riesgos, por lo que se decidió considerar únicamente dos factores importantes, los posibles riesgos evidentes y el reglamento del código del trabajo como base para la realización del mapa de riesgos.



mapa de riesgo

2.7.7. EXTINTORES

Todo centro de trabajo deberá contar con extintores de incendios de tipo adecuado a los materiales usados y a la clase de fuego que se trate (ver capítulo 10 del compendio de normativas mencionado anteriormente, bajo el título “Extintores portátiles”). La empresa contará con dos extintores adecuados, polvo ABC (ver celdas sombreadas en la) que socorren tres clases de fuego:

Clase A: fuego de materias sólidas (papel, madera, etc.)

Clase B: fuego de líquidos o sólidos licuables (aceite, grasa, etc.)

Clase C: fuego eléctrico.

Resumen de la eficiencia de cada tipo de extintor.

Tabla N° 18. Eficiencia de cada tipo de extintor.

	A Agua	AB Espuma	ABC Polvo ABC	BC Dióxido de carbono	ABC Halón
A Sólido	SI Muy eficiente	SI Eficiente	SI Muy eficiente	Poco eficiente	SI Eficiente
B Líquido	NO Es eficiente	SI Muy eficiente	SI Muy eficiente	SI Eficiente	SI Muy eficiente
C Riesgo eléctrico	NO debe usarse	NO debe usarse	SI Eficiente	SI Eficiente	SI Muy eficiente

Fuente: “Compendio de normativas del Ministerio del Trabajo,” capítulo 14.

La dotación y ubicación de extintores deberá realizarse según las siguientes indicaciones:

- Se instalarán en lugares de fácil acceso y nunca se obstaculizará el mismo sino que se mantendrá completamente libre y despejado.
- La instalación debe realizarse a 1,70 metros desde el suelo a la parte superior del extintor.
- Debe señalizarse su ubicación así como la vía de acceso al mismo.
- Se colocarán, preferentemente, en la zona de entrada a las instalaciones, evitando rincones o zonas que quedarían inaccesibles por el fuego.



- El número de extintores se calculará teniendo en cuenta que la distancia máxima a recorrer desde cualquier punto de la instalación hasta el extintor más próximo no debe superar los 25 metros.
- En el sector de oficinas se recomienda utilizar estos equipos considerando un área de cubrimiento de 150 m2.

2.7.8. BOTIQUÍN

El botiquín de primeros auxilios⁴¹ contiene una lista básica de medicamentos necesarios en una empresa:

- Tijera
- Guantes esterilizados
- Termómetro
- Tensiómetro
- Estetoscopio
- Collar cervical
- Vendas
- Gasas estériles
- Agua estéril
- Caja de curitas
- Esparadrapo
- Algodón
- Acetaminofén
- Anestésico en gel

⁴¹ compilación de normativas en materia de higiene y seguridad del trabajo”, pág. 522.



2.7.9. PROGRAMA DE LUCHA CONTRA LA PLAGA⁴².

Las plagas suponen una importante amenaza para la seguridad e idoneidad de los alimentos. La composición de las materias primas y de los productos finales es propicia para el desarrollo de insectos, permitiendo que se puedan producir infecciones. Para eliminar esta posibilidad es preciso mantener, justo al programa de limpieza y desinfección, un adecuado programa de lucha contra plagas.

Las plagas más comunes en minisúper y supermercados son: roedores, insectos, ácaros, entre otros. Los signos que revelan la presencia de estos animales son los siguientes: cuerpos vivos o muertos, excrementos, alteraciones en los sacos, bolsas o cajas, alimentos derramados, etc.

Siempre que haya plagas en los lugares de manipulación existe un riesgo grave de contaminación y alteración de los alimentos y enfermedades de origen alimentario. Por ello el objetivo de un programa de lucha contra plagas es adoptar medidas encaminadas a la prevención y en este caso a la eliminación de su presencia en la industria de pastas alimenticias.

Este programa podrá ser realizado por empresa que ofrezcan este servicio. Siempre quedará constancia por escrito de la fecha en que se realizan estas operaciones, tiempo de validez y productos utilizados.

DESINFECCIÓN.

Se realiza con el objetivo de evitar la penetración de insectos en los locales y se emplea por medio de la utilización de telas mosquiteras, mallas, extractores y ventiladores.

Si se detecta la presencia de insectos en la planta se procede al uso de insecticidas, teniendo en cuenta la toxicidad que representa para el hombre y el peligro de contaminación para el producto, por lo que será prohibida su aplicación sobre alimentos, aplicándose únicamente en locales vacíos y que no exista presencia de productos alimenticios.

⁴² Cotización Control de Plaga ver anexo N° 6, Pagina N° 43.

2.8. ORGANIZACIÓN DEL RECURSO HUMANO Y ORGANIGRAMA GENERAL DE LA EMPRESA.

El organigrama de la Empresa Mini-súper TISMITA fue organizado por cargos, ver la estructura en la página

2.8.1. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE CARGOS⁴³.

Elección de los factores de evaluación:

1. Requisitos intelectuales: Exigencias de los cargos en cuanto a las características intelectuales de los ocupantes.
2. Requisitos Físicos. Exigencias de los cargos en cuanto a las características físicas del ocupante.
3. Responsabilidades implícitas. Exigencias de los cargos en cuanto a aquello por lo que el ocupante debe responder.
4. Condiciones de trabajo. Condiciones físicas bajo las cuales el ocupante desempeña el cargo.

Tabla N° 19. Factores de evaluación.

Factores
Requisitos Intelectuales
1. Educación
2. Experiencia
3. Iniciativa e Ingenio
Esfuerzo
1. Esfuerzo físico necesario
2. Concentración mental
Responsabilidad por:
1. Supervisión del personal
2. Seguridad de los demás
3. Trabajo de los demás
Condiciones del puesto
1. Ambiente de trabajo
2. Riesgo

⁴³ Fuente: Idalberto Chiavenato, parte V sistema de mantenimiento de Recursos Humanos, compensación (Administración de Salarios), Pagina N° 428



La descripción de cargos para todo el personal requerido en la empresa Mini-Súper TISMITA se muestra a continuación:

GERENTE GENERAL

Resumen: Establece las políticas de administración, ventas y finanzas.

Descripción del cargo:

- Toma las decisiones más importantes de la empresa, tanto de índole económica como estratégicas.
- Revisa informes contables y financieros para realizar mejoras constantes.
- Ejecuta tareas relacionadas con la coordinación del personal y del proceso productivo.
- Realiza contactos con otras empresas para lograr el crecimiento de su empresa.

Análisis de Cargo:

A. Requisitos intelectuales:

- Educación: Universitaria, Ingeniero Industrial o carreras afines.
- Experiencia: 4 años, periodo que se juzga necesario para adquirir habilidades como liderazgo, compromiso e iniciativa.
- Aptitudes: Inteligencia, iniciativa, espíritu crítico, compromiso, honestidad y responsabilidad.

B. Requisitos físicos:

- Esfuerzo físico: No realiza esfuerzo físico, únicamente visual e intelectual.

C. Responsabilidad implícita:

- El buen desempeño del personal.

D. Condiciones de Trabajo:

- Ambiente: Condiciones apropiadas, (oficina propia).
- Seguridad: Condiciones consideradas como de poca peligrosidad.



ADMINISTRADOR

Resumen: planear y controlar los procesos.

Descripción del cargo:

- Planea la cantidad de productos que se deben de comprar.
- Archiva las facturas de venta y gastos.
- Maneja un control detallado de los ingresos y egresos de la empresa.
- Controla inventario de productos.
- Planea todas las actividades relacionadas con las promociones de ventas.
- Elabora nóminas de pago para cada trabajador.

Análisis de Cargo:

A. Requisitos intelectuales:

- Educación: Universitaria, Administración de Empresas.
- Experiencia: 3 años en cargos similares.
- Aptitudes: Liderazgo, responsabilidad, honestidad y espíritu crítico.

B. Requisitos físicos:

- Esfuerzo físico: únicamente visual e intelectual.

C. Responsabilidad implícita:

- Mobiliario y equipo de oficina, y de producción en proceso.

D. Condiciones de Trabajo:

- Ambiente: Condiciones apropiadas, (oficina propia).
- Seguridad: Condiciones consideradas como de poca peligrosidad.



SECRETARIA

Resumen: Organiza las actividades del gerente y de la empresa.

Descripción del cargo:

- Ordena la agenda del gerente.
- Recopila la información de la empresa.
- Gestiona asuntos generales de la empresa, entre ellos la redacción de cartas, memorando, etc.
- Atiende al público en general tanto en persona como por teléfono.
- Transfiere a los visitantes a los departamentos pertinentes.

Análisis de Cargo:

A. Requisitos intelectuales:

- Educación: Técnica, Secretaria Ejecutiva.
- Experiencia: 2 años, periodo que se juzga necesario para adquirir habilidades como mecanografía, redacción y atención al cliente.
- Aptitudes: Orden, puntualidad y responsabilidad.

B. Requisitos físicos:

- Esfuerzo físico: No realiza esfuerzo físico, únicamente visual e intelectual.

C. Responsabilidad implícita:

- Entrega de documentos en tiempo y forma.

D. Condiciones de Trabajo:

- Ambiente: Condiciones apropiadas.
- Seguridad: Condiciones consideradas como de poca peligrosidad



RESPONSABLE DE COMPRAS

Resumen: Realiza las adquisiciones de productos en las cantidades necesarias y económica.

Descripción del cargo:

- Realiza los pedidos, Realiza contactos con las empresas para lograr el crecimiento y variedad de su empresa.
- Paga precios justos, pero razonablemente bajos por la calidad adecuada
- Evita deterioros, duplicidades, desperdicios, etc., buscando calidad adecuada.
- Controla inventario en almacén.
- Cambio de precios y destaca promociones.
- Manejo operativo de la bodega: organizando productos por categoría.
- Aprueba las facturas emitidas por una de las gerencias funcionales.
- Entrega las facturas a administración.
- Entrega/recepción de productos.

Análisis del cargo:

A. Requisitos intelectuales:

- Educación: Universitaria, Lic.: Administración de Empresas o carreras afines.
- Experiencia: 1 años.
- Debe tener conocimientos en: mecanografía, redacción, atención al cliente Microsoft office, contabilidad.
- Aptitudes: Orden, puntualidad y responsabilidad.

B.- Requisitos físicos:

- Esfuerzo físico: No realiza esfuerzo físico, únicamente visual e intelectual.

C.- Responsabilidad implícita:

- Entrega de documentos en tiempo y forma
- Responsabilidad por dinero faltante y productos.
- Responsable de las llaves de las bodegas y recepción.

D.- Condiciones de Trabajo:

- Ambiente: Condiciones apropiadas.
- Seguridad: Condiciones consideradas como de poca peligrosidad.



DISPLAYER

Resumen: Se encarga de rotular y acomodar los productos en los estantes de acuerdo a su clasificación y vigilar los mismos.

Descripción del cargo:

- Controla de los productos próximos a vencerse.
- Relleno de góndolas en el área de Exhibición de productos.
- Rotula los productos.
- Limpia los estantes de Exhibición y de bodega.
- Brinda información a los clientes sobre las características del producto.
- Asesorara al consumidor en su compra.

Análisis de Cargo:

A. Requisitos intelectuales:

- Educación: secundaria aprobada
- Experiencia: 1 años
- Aptitudes: Atención al cliente, orden, puntualidad, responsabilidad, buena memoria, buen estado físico, capacidad para seguir instrucciones, actitud positiva con superiores.
- Cualidades: Buena educación, buena presentación personal.

B. Requisitos físicos:

- Esfuerzo físico: No realiza esfuerzo físico, únicamente visual e intelectual.

C. Responsabilidad implícita:

- Responder por los productos faltantes.
- Atención al cliente.

D. Condiciones de Trabajo:

- Ambiente: Condiciones apropiadas.
- Seguridad: Condiciones consideradas como de poca peligrosidad.



RESPONSABLE DE PRODUCTOS PERECEDEROS

Resumen: Encargado de los productos que se deben preservar en refrigeración, Garantizar la calidad, surtido y proceso logístico de ingreso y ventas de los productos cárnicos frutas, Verduras.

Descripción del cargo:

- Clasifica la carne según su tipo y características (Cerdo, Pollo, Carne Roja)
- Corta, empaca y exhibe el producto según los estándares establecidos.
- Surte y retira del lineal los productos teniendo en cuenta la rotación, estética y fechas de vencimiento de los mismos.
- Mantiene en orden y en buen estado de limpieza la sección.
- Implementa Buenas Prácticas de Manufactura.
- Revisa continuamente los precios de los productos.
- Brinda un excelente servicio al cliente y satisfacer sus necesidades.
- Destaca promociones designadas por superiores.
- Lleva el control de la temperatura en los exhibidores.

Análisis de Cargo:

A. Requisitos intelectuales:

- Formación profesional: Bachiller técnico calificado en corte de carnes y/o Técnico en Procesamiento de alimentos. manipulación de alimentos y/o cursos afines.
- Experiencia: 1año.
- Aptitudes: Puntualidad, destreza física, agilidad, orden, responsabilidad, higiene y aseo.
- Educación: Mínimo secundaria aprobada.

B. Requisitos físicos:

- Esfuerzo físico: No realiza esfuerzo físico, únicamente visual e intelectual.

C. Responsabilidad implícita:

- Entrega de documentos en tiempo y forma.

D. Condiciones de Trabajo:

- Ambiente: Condiciones apropiadas.
- Seguridad: Condiciones consideradas como de poca peligrosidad



CAJERO

Resumen: Lleva a cabo todas las actividades relacionadas con la facturación de la empresa.

Descripción del cargo:

- Factura las ventas realizadas por los clientes.
- Realiza cierre de caja al final de la jornada laboral.
- Lleva el control de cartera y cobro.

Análisis de Cargo:

A. Requisitos intelectuales:

- Educación: Técnica, Caja y computación.
- Experiencia: de 2 a 3 años, periodo que se juzga necesario para adquirir habilidades de manejo de dinero tanto en efectivo, tarjeta de crédito y cheques.
- Aptitudes: Orden, responsabilidad, honestidad e integridad.

B. Requisitos físicos:

- Esfuerzo físico: No realiza esfuerzo físico, únicamente visual e intelectual.

C. Responsabilidad implícita:

- Responder por el faltante de dinero.

D. Condiciones de Trabajo:

- Ambiente: Condiciones apropiadas.
- Seguridad: Condiciones consideradas como de poca peligrosidad.



VIGILANTE

Resumen: Encargado de la entrada y salida del personal y de la seguridad del perímetro.

Descripción del cargo:

- Lleva a su cargo la realización de reportes de la asistencia del personal.
- Cuida la integridad de las instalaciones.
- Encargado de solicitar identificación a los visitantes.

Análisis de Cargo:

A. Requisitos intelectuales:

- Educación: Tercer año aprobado.
- Experiencia: 1 años.
- Aptitudes: Puntualidad, destreza, agudeza visual y fortaleza física.

B. Requisitos físicos:

- Esfuerzo físico: Movimiento constante de brazos y piernas, aquí el trabajo se ejecuta de pie.

C. Responsabilidad implícita:

- Seguridad del personal y de las instalaciones de la empresa.

D. Condiciones de Trabajo:

- Ambiente: Condiciones apropiadas.
- Seguridad: Condiciones consideradas a veces peligrosas.



AFANADORA

Resumen: Limpieza y aseo de las áreas productivas y no productivas.

Descripción del cargo:

- Barre y lampacea todas las áreas de la empresa.
- Limpia los muebles y equipos de oficina.
- Recoge los residuos de las basureras.
- Ejecuta tareas extras que sean encomendadas a juicio del superior.

Análisis de Cargo:

A. Requisitos intelectuales:

- Educación: Experiencia de un año.
- Aptitudes: Orden, limpieza y persona enérgica y activa.

B. Requisitos físicos:

- Esfuerzo físico: Movimiento constante de brazos y piernas, Articulación de rodillas y piernas para agacharse, aquí el trabajo se ejecuta de pie.

C. Responsabilidad implícita:

- Equipo de limpieza.

D. Condiciones de Trabajo:

- Ambiente: Condiciones ligeramente desagradables por el manejo de la basura.
- Seguridad: Condiciones consideradas a veces peligrosas.



CHOFER.

Resumen: Conducir vehículo asignado para todas las actividades de la empresa.

Descripción del cargo:

- Conduce el vehículo asignado.
- Ayuda en carga y descarga.
- Recarga combustible.
- Reporta cualquier daño o avería en el vehículo.

Análisis de Cargo:

A. Requisitos intelectuales:

- Educación: Licencia de conducir categoría 3.
- Experiencia: 3 años, periodo que se juzga necesario para conocer bien las vías de transporte en la ciudad de Masaya.
- Aptitudes: Orden, puntualidad y responsabilidad.

B. Requisitos físicos:

- Esfuerzo físico: Realiza esfuerzo físico.

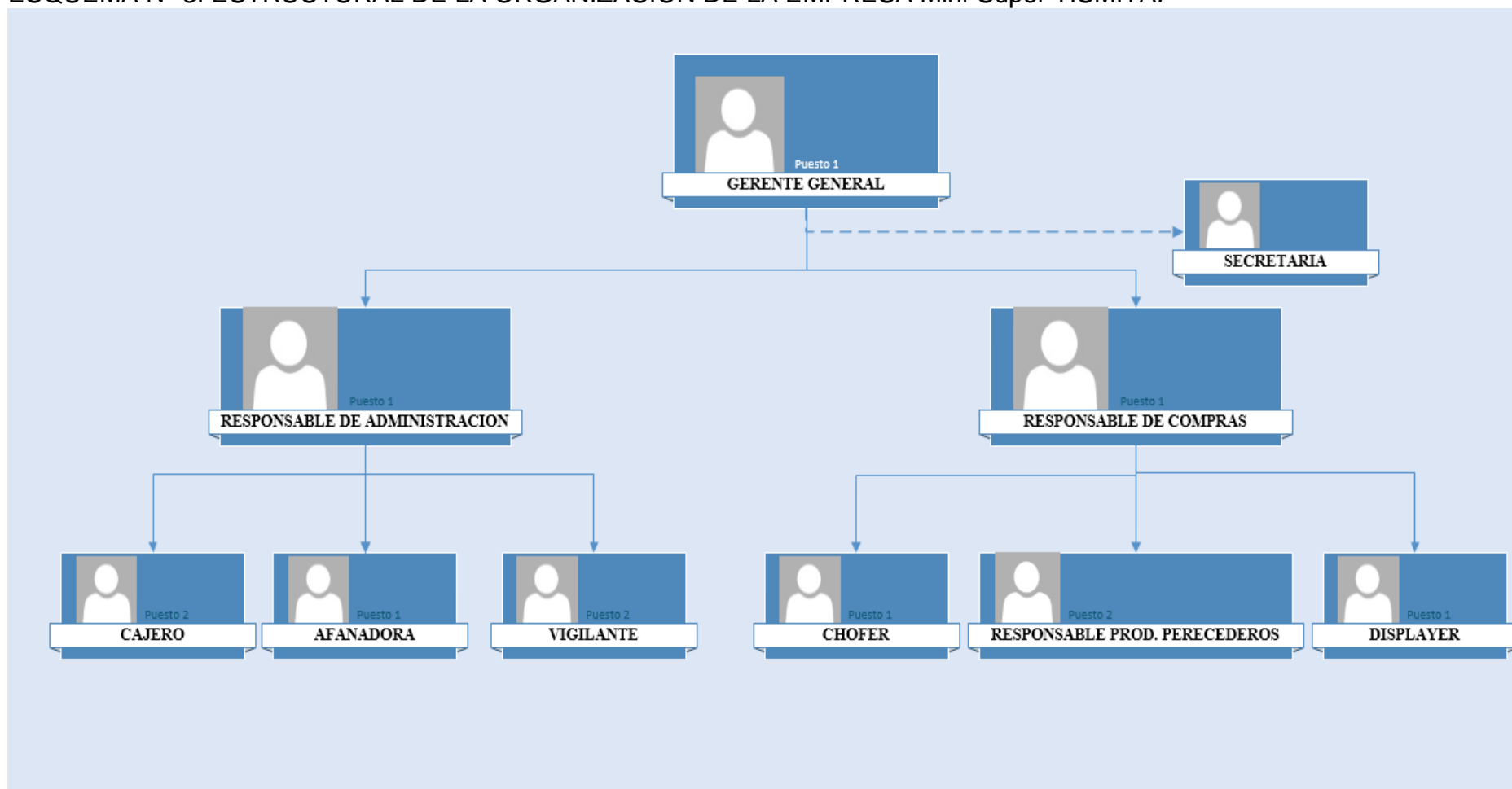
C. Responsabilidad implícita:

- Entrega de documentos en tiempo y forma.

D. Condiciones de Trabajo:

- Ambiente: Condiciones apropiadas.
- Seguridad: Condiciones consideradas con peligrosidad media.

ESQUEMA N° 3. ESTRUCTURAL DE LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA Mini-Súper TISMITA.



Fuente: Elaboración Propia.

Tabla N° 20. Cargos de la empresa.

PUESTO	NÚMERO DE EMPLEADOS
Gerente general	1
Secretaria	1
Responsable de Administración	1
Responsable de compras	1
Displayer	2
Chofer	1
Responsable de Productos perecederos	3
Cajero	2
Afanadora	2
Vigilancia	2
Total	16

Fuente: Elaboración Propia

2.8.2. MÉTODO DE EVALUACIÓN POR PUNTOS.

También se denomina método de evaluación por factores y puntos. Es el más perfeccionado y el más utilizado. La técnica es analítica: las partes componentes de los cargos se comparan mediante factores de evaluación. También es una técnica cuantitativa: se asignan valores numéricos (puntos) a cada elemento o aspecto del cargo y se obtiene un valor total de la suma de valores numéricos (conteo de puntos).

El método de evaluación por puntos se basa en el análisis de cargos y exige las siguientes etapas:

- 1.- Elección de los factores de evaluación: Los factores de evaluación son los mismos factores de especificaciones escogidos para el programa de análisis de cargos. En consecuencia la elección de los factores, su definición, su dimensionamiento y su graduación son asuntos ya tratados en el capítulo dedicado al análisis de cargos. En general, los factores de evaluación se clasifican en cuatro grupos de factores:
 - a. Requisitos intelectuales. Exigencias de los cargos en cuanto a las características intelectuales de los ocupantes.
 - b. Requisitos físicos. Exigencias de los cargos en cuanto a las características físicas del ocupante.



- c. Responsabilidades implícitas. Exigencias de los cargos en cuanto a aquello por lo que el ocupante debe de responder.
- d. Condiciones de trabajo. Condiciones físicas bajo las cuales el ocupante desempeña el cargo.

2.- Ponderación de los factores de evaluación: La ponderación de los factores de evaluación se hace de acuerdo con su importancia relativa, ya que estos no son idénticos en su contribución al desempeño de los cargos, y requieren ajustes compensatorios. La ponderación consiste en atribuir a cada factor de evaluación su peso relativo en las comparaciones entre los cargos. Generalmente se utiliza el peso porcentual con que cada factor entra en la evaluación de cargos. Al terminar la ponderación en intentar hacer ciertos ajustes, la suma de participación de todos los factores quizás no sea igual a 100. En estos casos, la escala de puntos presenta una reducción constante o un crecimiento constante, lo cual no anula la precisión del instrumento de medición.

3.- Montaje de la escala de puntos: terminada la ponderación de los factores, la siguiente etapa es la atribución de valores numéricos (puntos) a los diversos grados de cada factor. En general, el grado más bajo de cada factor (grado A) corresponde al valor del porcentaje de ponderación, es decir, los valores ponderados sirven de base para elaborar la escala de puntos de cada factor y constituirá el valor en puntos para el grado A de cada factor. Establecidos los valores numéricos (puntos) para el grado a de cada factor, el siguiente paso es la asignación de puntos a los grados B, C, D, y así sucesivamente. Por tanto, se trata de establecer una progresión de puntos a lo largo de los diversos grados de cada factor.

Tabla N° 21. Factores Evaluativos y Valores Ponderados.

Factores	Peso %	Grado A	Grado B	Grado C	Grado D
Requisitos Intelectuales	50	50	100	150	200
Instrucción básica	20	20	40	60	80
Experiencia	15	15	30	45	60
Iniciativa e Ingenio	15	15	30	45	60
Esfuerzo	12	12	24	36	48
Esfuerzo físico necesario	6	6	12	18	24
Concentración mental y visual	6	6	12	18	24
Responsabilidad por:	22	22	44	66	88
Supervisión de personal	10	10	20	30	40
Material o Equipo	4	4	8	12	16
Métodos o procesos	4	4	8	12	16
Informaciones confidenciales	4	4	8	12	16
Condiciones del puesto	16	16	30	45	60
Ambiente de trabajo	6	6	12	18	24
Riesgo	10	10	20	30	40
Total de puntos	100	100	200	300	400

Fuente: Idalberto Chiavenato, parte V sistema de mantenimiento de Recursos Humanos, Compensación (Administración de Salarios), pagina N° 428.

Ahora la tarea consiste en convertir los valores monetarios, para el establecimiento del rango de puntos para cada nivel salarial fijado se calculó el gradiente de crecimiento de la siguiente manera:

$$G = \frac{\text{Punto más alto} - \text{Punto más bajo}}{\text{Número de niveles Salariales}}$$

Para este proyecto se estimó establecer 10 niveles salariales:

$$G = \frac{400 - 100}{10} = 30$$

Para el establecimiento del salario correspondiente a cada nivel salarial se utiliza el gradiente de crecimiento calculado de la siguiente manera:

$$g = \frac{\text{Salario maximo} - \text{Salario minimo}}{\text{Número de niveles Salariales} - 1}$$

$$g = \frac{18000 - 5253.68}{10 - 1} = 1411.1111$$

4.- Montaje del manual de evaluación de cargos: una Vez efectuado el montaje de la escala de puntos, se procede a definir el significado de cada uno de los factores de evaluación. Ahora se trata del montaje del manual de evaluación de cargos, una especie de guía o estándar de comparación entre los diversos grados de cada factor y sus respectivos valores en puntos. Cada factor ocupa una página del manual.

Aquí se comparan los datos que se contienen en las especificaciones de puestos previamente de puestos previamente elaborados con las definiciones de grados y factores en la escala de valuación por medio de esta comparación se determina en cuál de los grados del factor se encuentra el puesto que se está evaluando.

Tabla N° 22. Escala de puntos con sus respectivos salarios medios

Nivel salarial	Puntaje	Salario medio C\$/mes
I	100-130	5253.68
II	131-160	6664.79
II	161-190	8075.9
IV	191-220	9487.01
V	221-250	10898.12
VI	251-280	12309.23
VII	281-310	13720.34
VIII	310-340	15131.45
IX	341-370	16542.56
X	371-400	17953.67

Fuente: Escala basada en salario mínimo.

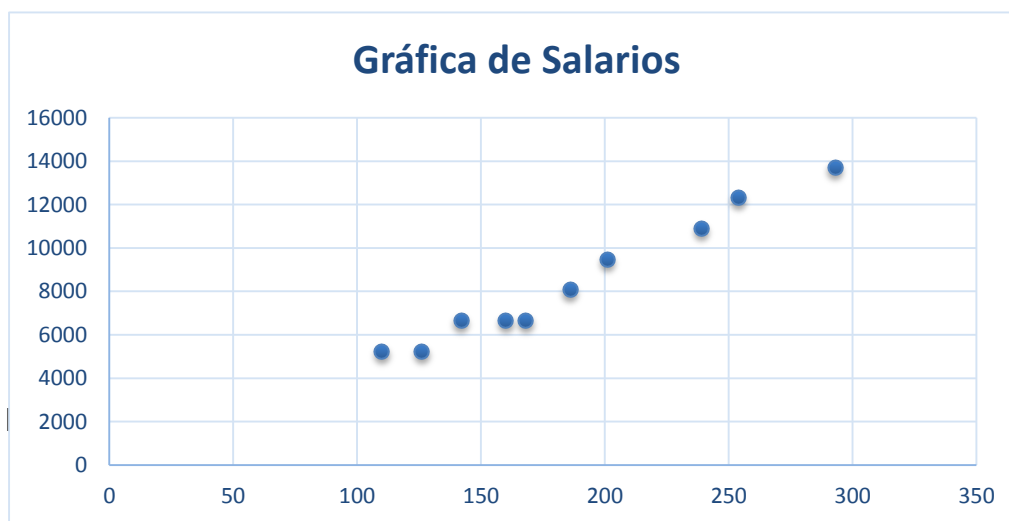
Tabla N° 23. Resumen del método de evaluación por puntos

Cargos	Total de Ptos	C\$/Mes
Gerente general	293	13720.34
Secretaria	168	6664.79
Responsable de Administración	254	12309.23
Responsable de compras	239	10898.12
Responsable de Productos perecederos	201	9487.01
Displayer	142	6664.79
Cajero	186	8075.9
Chofer	160	6664.79
Afanadora	110	5253.68
Vigilante	126	5253.68

Fuente: Elaboración propia.

Una vez definida esta escala se dibuja el gráfico en el cual cada valor en puntos corresponda un único valor de salarios.

Grafica N° 27. Salarios de la empresa Mini-Supermercado.





2.9. MARCO LEGAL DE LA EMPRESA

Para poner en marcha la planta se deben cumplir las disposiciones jurídicas vigentes. A continuación se mencionan algunos requisitos jurídicos, trámites y gestiones que se tienen que realizar para iniciar operaciones.

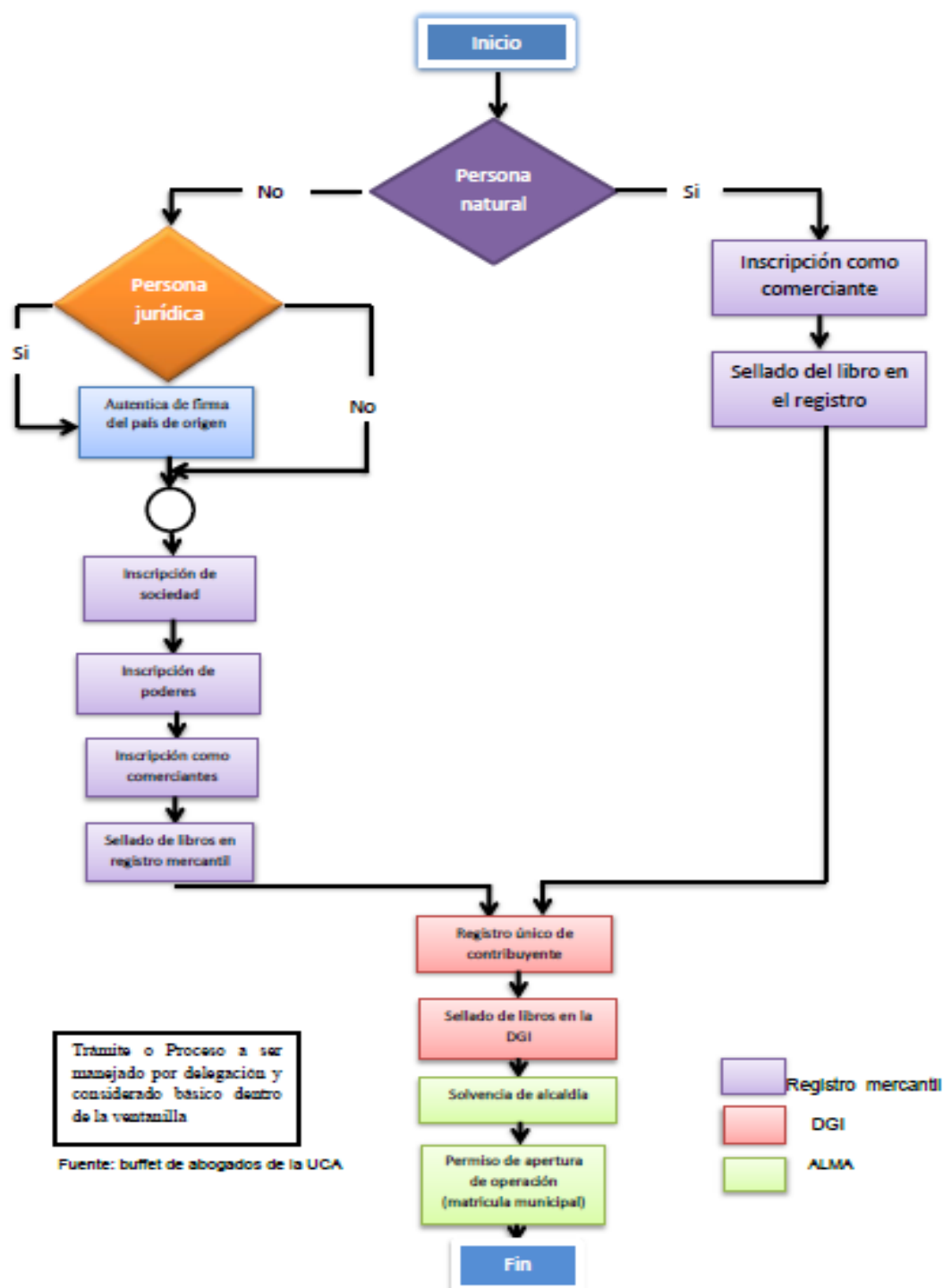
2.9.1 PROCEDIMIENTOS Y REQUISITOS PARA LA INSCRIPCIÓN PARA PERSONA NATURAL O JURÍDICA CON ACTIVIDADES ECONÓMICAS

¿Quién se debe inscribir? Se debe inscribir toda persona natural o jurídica o entidad económica que por actividades económicas tenga que declarar y pagar impuestos, además debe presentarse a la Administración de Rentas de la Dirección General de Ingresos más cercana al negocio o establecimiento por área geográfica.

Dado a que el proyecto se desarrollará en un el municipio de Managua se deberá realizar la inscripción en la Administración de Rentas correspondiente de la localidad.

La inscripción podrá realizarse a solicitud de parte (voluntaria) o de oficio cuando la Administración de Rentas verifique la apertura de un negocio o establecimiento y en el Directorio de Contribuyentes aún no figure como tal, al que posteriormente le será notificado con base en la resolución de la inscripción de oficio (disposición técnica 013-2003).

Esquema N° 4. FLUJOGRAMA – PROCESO COMPLETO E INSCRIPCIÓN



2.9.2 PASOS PARA CONSTITUIR LEGALMENTE LA EMPRESA ADJUNTO AL PROCESO DE INSCRIPCIÓN

Paso 1: Elaborar el acta constitutiva de la empresa y los estatutos.

Una Acta Constitutiva es aquel documento o constancia notarial en la cual se registrarán todos aquellos datos referentes y correspondientes a la formación de una sociedad o agrupación. Entre otras cuestiones, en la misma, se especificarán sus bases, fines, integrantes, las funciones específicas que les tocarán desempeñar a cada uno de estos, las firmas autenticadas de ellos que servirán para dar cuenta llegado el momento de tener que probar la identidad de alguno y toda aquella información fundamental de la sociedad que se constituye. Al comienzo del Acta se asentarán datos como la hora, la fecha y el lugar en el cual se constituyen aquellos con intención de formar una asociación.

Luego se dará cuenta quién estuvo a cargo de dar inicio al acto, leyendo lo que se conoce como orden del día, que serán aquellas cuestiones como designación de dos personas que aprobarán y firmarán el acta, la elección de la mesa directiva, el informe de los iniciadores, la consideración del proyecto de Estatuto, el valor al que ascenderán las cuotas sociales, la elección de los miembros que compondrán los órganos sociales y luego, en los capítulos en los cuales la misma se dividirá, se dará cuenta de la constitución, domicilio y finalidades que observará la sociedad que se forma, otro capítulo se ocupará de los asociados, el siguiente de cómo será la administración y fiscalización, en otro, todo lo referente e inherente a las asambleas, seguido por otro capítulo en el cual se estipulará cómo serán las elecciones, en otro, el ejercicio social y finalmente lo que corresponda en caso de liquidación y disolución.

Paso 2: Inscribirse en el Registro Mercantil.

El Registro Mercantil tiene por objeto hacer público ciertos hechos que tienen importancia para la vida mercantil. La inscripción es declarativa vale contra terceros; pero en caso de sociedades es constitutivo. Para asegurar la inscripción se establecen sanciones: Económicas (multas); falta de eficacia de los contratos.

Sociedad Mercantil

Es la asociación de varias personas que ponen en común trabajo, capital o ambas cosas a la vez. Este da lugar al nacimiento de un ente con personalidad



diferente de cada uno de los asociados denominado empresas de sociedades, la cual representa la unión de personas e intereses que la constituyen.

También podríamos definirla como el contrato por el cual dos o más personas convienen en aportar bienes en común con el objeto de dividirse los beneficios que podría reportarle.

La sociedad es una empresa de propiedad colectiva. En este tipo de empresa los propietarios que son dos o más personas que se les denomina socios, quienes participan conjuntamente tanto de los beneficios o derechos como de las responsabilidades u obligaciones en que incurra la empresa.

Paso 3: Inscripción de Libros (4).

EL LIBRO I: Aquí deben inscribir todos los que se reputen comerciante, las sociedades mercantiles o industriales; si no, tendrán las sanciones del arto 19 CC. La inscripción contendrá:

- El nombre y apellido del comerciante
- Su edad
- Su estado
- Su nacionalidad
- La clase de comercio a que está dedicado o vaya a dedicarse.
- El título o nombre que, en su caso, tenga o haya de ponerse al establecimiento.
- El domicilio del mismo y el de las sucursales, si las tuviere, ya sea dentro o fuera del Departamento, sin perjuicio de inscribir las que tuviere fuera, en el registro del Departamento en que estén domiciliados.
- La fecha en que hubiere empezado, o haya de empezar a ejercer el comercio.



Afirmación bajo su responsabilidad de que no se halla sujeto a la patria potestad, o de que si lo está, que tiene su peculio profesional o industrial, indicando cuales, y los bienes inmuebles que posea y que, por lo demás, no está comprendido en ninguna de las incapacidades generales para contratar, ni en las especiales señaladas para los comandantes de los puertos y empleados de las aduanas y a los quebrados que no hayan obtenido su rehabilitación.

EN EL LIBRO II: Se inscribirán

- a) Las escrituras en que se constituya o disuelva sociedad mercantil o industrial, o en que de cualquier manera se modifiquen dichas escrituras;(121 C.C.).
- b) Los nombramientos de gerentes y liquidadores de dichas compañías.
- c) Los contratos sociales y estatutos de sociedades anónimas extranjeras que establezcan sucursales o agencias en Nicaragua, los nombramientos de gerentes o agentes y la inscripción que se hubiere hecho de dichos contratos o documentos en el Tribunal de Comercio del domicilio de las expresadas compañías. (Para bancos o Sucursal se inscribirán con autorización, constitución, estatutos, Acuerdo Ejecutivo.)
- d) La sentencia que declare la nulidad de un contrato social.

EN EL TERCER LIBRO SE INSCRIBIRÁN:

- a) Las escrituras en que conste que el cónyuge comerciante administra bienes propios del otro cónyuge.
- b) Los documentos justificativos de los haberes del hijo o pupilo que está bajo la potestad del padre o guardador y que ejerce el comercio conforme al inciso 2º del Arto.7



- c) Los poderes que los comerciantes otorguen a sus factores o dependientes para la administración de sus negocios mercantiles y sus revocaciones o sustituciones y poderes Generales y Generalísimo que otorguen y sus revocaciones.
- d) Las escrituras de capitulaciones matrimoniales de los cónyuges cuando uno de ellos fuere comerciante y las que de cualquier manera las modifiquen.

EN EL LIBRO CUARTO, SE INSCRIBIRÁN:

- e) Los títulos de venta o hipoteca de naves y los demás documentos de comercio marítimo cuyo registro exija este Código.
- f) Las escrituras o actas en que se disponen emisiones de acciones, cédulas y obligaciones de toda clase de sociedades, o emisiones de billetes de banco.

Arto. 14.- Los libros del registro estarán foliados y todos sus folios sellados con el sello de la oficina, y tendrán en el folio primero una razón que exprese el número del libro, su objeto y el número de hojas de que consta. Esta razón será firmada por el Registrador. Cada libro tendrá su índice correspondiente.

Arto. 19.- Es obligatoria la inscripción de los comerciantes en el registro. Los que no lo verificaren, quedarán sujetos a las penas siguientes:

- 1.- No podrán pedir la inscripción de ningún documento en el Registro, ni aprovecharse de sus efectos legales.
- 2.- Las compañías comerciales o industriales no inscritas, no tendrán personalidad jurídica.



3.- El Juez no dará curso a demanda de personas notoriamente conocidas como comerciantes, sin que se le presente certificación de estar inscritas como tales en el Registro; y además, a los que sin tal requisito se presentaren, impondrá una multa de ochenta centavos a dos córdobas, de que será solidariamente responsable el abogado que represente al infractor.

Paso 4: Tramitar el número RUC.

Se tramita en la Administración de Rentas su Cédula de Registro Único de Contribuyente (Cédula RUC o No. RUC), como persona natural o jurídica. La emisión de la Cédula RUC la primera vez es completamente gratis y debe ser renovada cada dos años (Disposición técnica 013-2003), con el pago de C\$ 10

El RUC es el código único de identificación de los registros de personas que tengan relación con el fisco, establecido en la ley Creadora del Registro Único del Ministerio de Finanzas (actualmente MHCP), Decreto No. 850 del 30 de octubre de 1981 y Reglamento del RUC del 18 de Noviembre de 1981.

2.9.3. REQUISITOS PARA OBTENER EL RUC.

PERSONA NATURAL

- 1.- Original y fotocopia de cédula de identidad ó cédula de residencia y pasaporte en caso de extranjeros.
- 2.- Copia del recibo básico de agua, luz, teléfono o contrato de arrendamiento (en caso de alquiler).
- 3.- Presentación de libros contables, debidamente inscritos en el registro mercantil.
- 4.- Inscripción de libros contables en la Admón. de Rentas
- 5.- Trámite personal.



PERSONA JURÍDICA

- 1.- Original y copia del acta constitutiva y de los estatutos, debidamente inscrita en el Registro Mercantil
- 2.- Fotocopia de recibo de agua, luz, teléfono o contrato de arriendo (caso de alquiler)
- 3.- Fotocopia de cédula del representante legal; en el caso de ser extranjeros presentar copia del pasaporte y cédula de identidad.
- 4.- Inscripción de libros contables en la Admón. de Rentas.
- 5.- Fotocopia de cédulas de identidad de los socios Nicaragüenses y de los pasaportes de los socios extranjeros.
- 6.- El trámite se realiza personalmente de lo contrario se debe otorgar un poder especial ante un notario público para este caso, el cual debe llevar un valor en timbre de C\$ 15.00.

Tabla N° 24. Requisitos generales para tramitar Cédula RUC.

	Identificación	Fotografía	Edad	Formato	Cédula RUC
Persona	Cédula de identidad	2 fotos Recientes	18 años Cumplidos o más	Régimen General	Se extiende a nombre de
	(fotocopia)	Tamaño carné		Solicitud de Inscripción	
Natural	Persona	Persona	Persona	Persona	Persona
Jurídica	Representante Legal	No es exigible	-	Representante legal	Natural
					Organización

Fuente: Dirección General de Ingresos.



Paso 5: Solicitar la Constancia de Matrícula en la Alcaldía.

Los requisitos para solicitar la constancia de Matrícula en la Alcaldía son:

Matricula Municipal

- Copia del Número RUC.
- Copia y original de la cédula de identidad.
- Carta de solicitud de Matrícula.
- Carta poder (si actúa en representación del contribuyente) con cédula de identidad.
- Permiso de Policía Nac., Urbanismo, Medio Ambiente, MINSA según giro del negocio.
- Formulario de solicitud de matrícula (5.00 formulario).

Aranceles⁴⁴

Matricula

- Capital menor o igual a C\$ 50,000
C\$ 500.00
- Capital mayor a C\$ 50,00
1% del capital
- Constancia Matricula
1% de Matricula

Paso 6: Solicitar la afiliación a la Cámara de Comercio.

1. Escritura de Constitución y estatutos inscritos.
2. Poder de Representación
3. Número de Teléfono, fax, dirección electrónica y apartado postal
4. Estar Inscrito en la Alcaldía, D.G.I., Numero RUC
5. Solvencia Fiscal
6. Licencia de Operación del Organismo correspondiente.

⁴⁴ Ver anexo N° 7, Pagina N° 46.



Paso 7: Inscribirse en la DGI.

1. Presentarse a la Administración de Rentas más cercana al negocio o establecimiento En Managua existen las siguientes: Administración de Rentas Linda Vista, Sajonia, Centro Comercial Managua, Pequeños contribuyentes (en el caso que llene los requisitos para pertenecer al régimen simplificado) y Grandes contribuyentes (en el caso de que cumpla con los requisitos para ser considerado Gran Contribuyente). En los Departamentos del país, en la Administración de Rentas de su localidad.
2. Llenar el formulario de inscripción. Cuando sea Persona Natural y no pueda realizar el trámite de inscripción personalmente, puede realizarlo a través de un poder especial y quien se persone debe presentar su cedula de identidad o residencia. De igual manera la persona Jurídica cuando no pueda presentarse el representante legal, puede delegar por medio de un poder notariado a otra persona, quien debe presentar su cedula de identidad o residencia.
3. Libros contables (Diario y Mayor) debidamente inscrito en el Registro Público Mercantil del Departamento respectivo o bien la minuta de depósito del pago del arancel con el sello de Registro Mercantil. Presentar al Departamento de Fiscalización de la Administración de Rentas en Managua la copia de la minuta de depósito por un valor de C\$50.00 de cualquier sucursal de un Banco Privado. En el caso de las Administraciones de Rentas de los Departamentos pagar dicho valor en la propia dependencia. Siempre es requisito estar inscrito en el Registro Mercantil como comerciante.



Paso 8: Solicitar la licencia y el registro sanitario en el MINSA.

2.9.4 OBTENCION DE LA LICENCIA SANITARIA PARA ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS.

Requisitos:

A. Llenar solicitud por escrito con los siguientes datos:

- Nombre de la fábrica o bodega.
- Nombre del propietario.
- Nombre del representante legal (para personas jurídicas).
- Dirección exacta de la fábrica o bodega.
- Teléfonos, fax y correo electrónico de la fábrica o bodega.
- Dirección exacta de las oficinas centrales en el caso que sean diferentes de la fábrica o bodega.
- Teléfonos, fax y correo electrónico de las oficinas centrales.
- Número de empleados, excluyendo administrativos.
- Tipos de alimentos que se producen o almacenan.

Adjuntar a la solicitud:

- Autorización para ubicación y construcción del establecimiento otorgada por la autoridad competente.
- Permiso de la autoridad competente en materia de ambiente, que asegure que cumple con lo establecido en la legislación ambiental.
- Croquis y distribución del establecimiento.
- Constitución legal de la empresa, cuando se trate de personas jurídicas.
- Lista de productos a ser elaborados en la fábrica o establecimiento.
- Cumplir las Buenas Prácticas de Manufactura para fábricas en funcionamiento, de acuerdo al Reglamento correspondiente.
- Pago de los aranceles establecidos.

Mecanismo a seguir para la obtención de la licencia sanitaria:

- debe colocar en un lugar visible en el establecimiento.}

NOTA: si el establecimiento cambia de ubicación deberá solicitarse una nueva licencia sanitaria. Cuando la bodega esté ubicada dentro del establecimiento no se requerirá licencia o permiso de funcionamiento adicional.

Competencia: La licencia sanitaria será otorgada por la autoridad sanitaria de cada uno de los SILAIS en base a la legislación vigente.

Vigencia: La licencia sanitaria para fábricas y bodegas de alimentos tendrán una vigencia de dos años, renovándola treinta días antes de su fecha de vencimiento.

ASPECTOS FINANCIEROS Y CONFIABLES

Ley de impuesto sobre la renta (IR)

El Impuesto sobre la Renta (IR) es el gravamen sobre toda renta neta de fuente nicaragüense obtenida por las Personas Naturales o Jurídicas y las Unidades Económicas.

El cálculo de la renta neta se realiza resolviendo:

Renta Neta = Ingresos Brutos – Deducciones de Ley

Existen ingresos que no se gravan con el IR. Estos se detallan a continuación:

Tabla N° 25. Ingresos no gravables con el IR

Personas Naturales	Personas jurídicas
1.- Las indemnizaciones que reciben los trabajadores o sus beneficiarios contemplados en el código del trabajo, convenio colectivo de cualquier otra índole laboral. Los ingresos de cualquier índole que se perciban de acuerdo a la legislación de seguridad social	
2.- El décimo treceavo mes o aguinaldo	
3.- Los dividendo o participaciones de utilidades que decreten o repartan las sociedades que tributen el IR, a sus accionistas o socios.	
4.- Los intereses que devenguen los préstamos de corto, mediano y largo plazo, otorgados por bancos o instituciones financieras extranjeras a instituciones financieras nacionales y empresas nacionales.	

Fuente: Ley de concertación Tributaria.

Tabla N° 26. Formas de pagos del IR

FORMAS DE PAGO DEL IR		
Conceptos	Persona	
	Natural	Jurídica
Anticipos Mensuales	Con Actividad Económica	1% sobre ingresos brutos
	1% sobre ingresos brutos	
IR Anual	El impuesto a pagar se calcula de conformidad con la tarifa progresiva	El impuesto a pagar será el 30%
		Sobre su renta neta
Pago Mínimo	Con Actividad Económica	1% Sobre el activo total
Definitivo anual	1% sobre activo total	

Fuente: dirección general de ingreso (DGI)

Arto. 12. Deducciones. Al hacer el cómputo de la renta neta se harán las siguientes deducciones.

- Los gastos pagados y los causados durante el año gravable en cualquier negocio o actividad afecta al impuesto y que se conceptuasen necesarios para la existencia o mantenimiento de toda fuente generadora de renta gravable.
- Los intereses pagados y los causados durante el año gravable por deudas a cargo del contribuyente, siempre que éstas se hayan invertido o utilizado en la producción de renta gravable.
- El costo de venta de los bienes o mercancías producidos o adquiridos en cualquier negocio, y el costo de los servicios prestados y de las demás actividades económicas necesarias para generar renta gravable.
- Las erogaciones efectuadas por el contribuyente para prestar gratuitamente a sus trabajadores servicios destinados a la superación cultural y al bienestar material de éstos.
- El costo efectivo de los aportes pagados o causados a cargo del contribuyente en concepto de primas o cuotas derivadas del aseguramiento de los trabajadores, empleados por el mismo, hasta el

monto que fijen las leyes, y en su defecto, hasta un 10 por ciento de sus sueldos o salarios.

- Hasta un 10 por ciento de las utilidades que un contribuyente pague a sus trabajadores a título de sobresueldos, gratificaciones o participación de utilidades. Cuando se trate de miembros de sociedades de carácter civil o mercantil, y de los parientes de los socios de estas sociedades o del contribuyente, sólo podrá deducirse las cantidades pagadas en concepto de sueldo y sobresueldo.
- Las pérdidas provenientes de malos créditos, debidamente justificadas.
- Las pérdidas por destrucción, rotura, sustracción o apropiación indebida de los elementos invertidos en la producción de la renta gravable, en cuanto no estuvieran cubiertas por seguros o indemnizaciones; ni por cuotas de amortización o depreciación necesarias para renovarlas o sustituirlas.
- Una cuota de amortización o depreciación necesaria para renovar o sustituir los bienes de activos diferidos y activos depreciables, necesarios o propios para la existencia o mantenimiento de la fuente productora de renta gravable.
- Hasta el 10 por ciento de sus utilidades gravables anuales por donaciones efectuadas en beneficio de:
 - a) El Estado, sus instituciones y los municipios
 - b) La Cruz Roja Nicaragüense y los Cuerpos de Bomberos
 - c) Instituciones de beneficencia y asistencias sociales, artísticas, científicas, educativas, culturales y religiosas que tengan personalidad jurídica sin fines de lucro.
 - d) Las personas naturales o jurídicas dedicadas a las actividades de investigación, fomento y conservación del ambiente
- Los impuestos a cargo del contribuyente no indicados en el artículo 17 de esta Ley



- La cotización o aporte de las personas naturales asalariadas en cualquiera de los regímenes de la seguridad social.
- Los gastos incurridos por los defensores de oficio en las localidades donde no exista la defensoría pública.
- El incremento bruto de las reservas mínimas correspondientes a deudores, créditos e inversiones de alto riesgo por pérdidas significativas o irrecuperables en las instituciones financieras, las que podrán deducir éstos incrementos conforme a las normas prudenciales de evaluación y clasificación de activos que dicte la Superintendencia de Bancos y de otras Instituciones Financieras.
- Para que puedan tomarse en cuenta las deducciones mencionadas en los numerales anteriores, será necesario que el contribuyente registre y documente debidamente los cargos o pagos efectuados.

2.9.5. PROCEDIMIENTOS PARA LA OBTENCION DE MARCAS

SOLICITUD: La solicitud de Registro de una Marca, Nombre Comercial, Emblema o Señal de Propaganda y cualquier otra solicitud, se presenta ante la Secretaría del Registro de la Propiedad Intelectual, en el Formulario correspondiente.

Este formulario debe incluir:

- Nombre y dirección del solicitante
- Lugar de Constitución de domicilio del solicitante, cuando fuese una persona jurídica.
- Nombre del representante legal cuando fuese el caso.
- Nombre y dirección del Apoderado en el país, cuando se hubiera designado.
- Denominación de la Marca o Nombre Comercial, cuyo registro se solicita, si fuese denominativa sin grafía, forma ni color especial.



- Etiquetas con la reproducción de la marca, emblema o Señal de Publicidad, cuando tuviera grafía, forma o colores especiales, o fuese figurativa, mixta o tridimensional con o sin color.
- Señalar si el interesado reivindica derecho de prioridad
- Una lista de productos o servicios para los cuales se desea registrar la marca, agrupados por clases conforme a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios. En caso de ser Nombre Comercial o Emblema el giro de actividades de la Empresa o Establecimiento Comercial.
- La firma del solicitante o de su apoderado.

Adjunto al Formulario correspondiente se debe presentar:

El poder para registro de propiedad intelectual, que acredite la representación, cuando el interesado lo hiciere a través de apoderado.

- En caso de invocar el Artículo 6 Quinquies del Convenio de París, el interesado debe presentará el certificado de registro de la marca en el país de origen, con la respectiva traducción, según el caso.
- En caso de ser Marca Sonora, acompañar muestra de sonido en soportes de CD o DVD con formato .WAV y representación Gráfica del Sonido.
- Comprobante de pago de la tasa establecida.

EXAMEN DE FORMA: Consiste en la revisión de la solicitud de registro de marca, en caso de observarse alguna omisión o deficiencia, se notificara al solicitante dándole un plazo de dos meses para efectuar la corrección, bajo apercibimiento de considerarse abandonada de pleno derecho la solicitud y archivar de oficio.

Efectuado el examen de forma satisfactoriamente, el Registro de la Propiedad Intelectual, ordenará se publique la solicitud en La Gaceta Diario Oficial o en el medio de publicación del Registro, por una sola vez, a costa del interesado.

C.- PERIODO DE OPOSICION: Cualquier persona interesada podrá presentar Oposición contra el Registro de una Marca, Nombre Comercial, Emblema o Señal de Propaganda dentro del plazo de dos meses contados a partir de la publicación de la Solicitud.

D. EXAMEN DE FONDO: Consiste en verificar que la marca no infrinja ninguna de las prohibiciones contenidas en el artículo 7 e Incisos a), b), y d) del artículo 8 de la Ley 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, por existir ya otorgado algún Registro concedido o solicitado anteriormente en el país, a favor de otro Titular.

En caso de negación de la marca, por infringir alguna de las prohibiciones, el Registro de la Propiedad Intelectual, notificará al solicitante indicando las razones de la OBJECCIÓN. Quien tendrá el plazo de dos meses para presentar un Escrito de Contestación de Objeción alegando lo que tuviere a bien en defensa de la Solicitud. En caso de Contestar la Objeción dentro del plazo establecido el Registro denegará la Concesión de la marca mediante Resolución fundamentada.

D.- EMISIÓN DE CERTIFICADO: Cumplidos todos los requisitos se procede a inscribir la marca, siempre y cuando hayan transcurrido seis meses desde la presentación de la solicitud, se procederá a la inscripción correspondiente, al retirar el certificado el Solicitante deberá adjuntar los timbres de ley (C\$33).



2.9.6. TRAMITES PARA AFILIARSE COMO PATRONO AL INSS

El trámite se realiza en el Departamento de afiliación y fiscalización.

Documentos que debe presentar Persona jurídica

- ✓ Formulario de inscripción del empleador (original y copia) este formulario se entrega en ventanilla
- ✓ Formulario de inscripción del trabajador (original y copia) este formulario se entrega en ventanilla.
- ✓ Formulario de acceso al SIE (original y copia) este formulario se entrega en ventanilla.
- ✓ Escritura pública de constitución y estatutos inscrita en el Registro Mercantil (original y copia)
- ✓ Constancia de solvencia DGI (original y copia)
- ✓ Constancia de matrícula municipal (original y copia)
- ✓ Certificado de inscripción en el RUC régimen general (original y copia)
- ✓ Cédula de registro único de contribuyente (RUC) (original y copia)
- ✓ Número de atención (original)
- ✓ Documento de identidad cédula de identidad (nacional) o cédula de residencia (extranjero) del representante legal de la empresa (original + copia simple).

Apoderado legal

- ✓ Poder especial de representación (original y copia) o Poder generalísimo de representación (original y copia)
- ✓ Documento de identidad (original y copia) cédula de identidad del gestor.

2.9.7.INSTALACIÓN DE ROTULOS - DIRECCIÓN DE URBANISMO DE LA ALCALDIA.

Permiso para instalar Rótulos:

- Carta de Solicitud a Directora de Urbanismo.
- Copia de Matricula.
- Copia de Numero RUC.
- Fotomontaje.
- Tasa a pagar.

Impuestos

Tasa de Impuesto para rotulo menor De 50 cm **C\$200**

Tasa de Impuesto para rotulo mayor de 50 cm y menos a 2 m **C\$400**

Tasa de Impuesto para rotulo mayo De 2 m **C\$800**

Aspectos a tomar en cuenta

Este trámite dura aproximadamente 3 días

Aclaración

Si el rótulo se va a ubicar en área propiedad privada, se solicita contrato de arriendo o documento de autorización por parte del propietario, debidamente notariado.

Si el rótulo se va a ubicar en área propiedad cercana al aeropuerto o en área a la que le de mantenimiento vial el Ministerio de Transporte e Infraestructura (M.T.I), se solicita una carta con el visto bueno, o la no-objeción, de Aeronáutica Civil o del M.T.I, según corresponda.

Si el rótulo se va a ubicar dentro del derecho de vía u otra área de la comuna, se cobra, además, el canon de arriendo de la Municipalidad.



2.9.8. PERMISO DE CONSTRUCCIÓN, VENTANILLA ÚNICA DE LA CONSTRUCCIÓN ALCALDIA.

Requisitos para permisos de construcción de obras menores 60-100 mts².

- Carta de solicitud dirigida a Director de Urbanismo.
- Escritura de Propiedad debidamente inscrita en el
- Registro Público.
- Copia de Cedula del dueño del proyecto,
- Plano de ubicación y localización.
- Plano de conjunto (Indicar retiros de construcción, derecho de vía y reflejar lo existente y nuevo a construir).
- Dos juegos completos de planos arquitectónicos y de especialidades (Estructurales y eléctricas) debidamente firmados por el dueño y diseñadores del proyecto.
- Memoria de cálculo estructural, eléctrico y copia de licencia de operaciones del MTI del diseñador.
- Copia del presupuesto total de la obra del proyecto.



La empresa será constituida como una sociedad anónima y será registrado bajo el nombre de minisúper **TISMITA** y será administrada por sus propietarios, bajo el logotipo:

Imagen N° 24.



3. ESTUDIO FINANCIERO

3.1. INTRODUCCION

El estudio financiero se realiza con la finalidad de determinar el monto de los recursos económicos necesarios para financiar los gastos de este proyecto donde se incluyen todo lo relacionado con la inversión y los costos (producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto que es el análisis financiero

La inversión que incurrirá el minisúper durante los primeros 15 días es el siguiente:

- Inversión Fija (Activos Fijos)
- Inversión Diferida (Activos Diferidos)
- Capital de Trabajo

Dentro de la información necesaria para elaborar el Estudio Financiero se debe evaluar los aspectos relacionados con: costos e ingresos de los estudios previos, tales como: equipo de oficina, puesta en marcha, proyección de ventas, gastos legales, además se deben de cuantificar los costos de operación tales como:

- **Inversión⁴⁵:** Es el monto que se le asigna a un proyecto, con la expectativa de producir un servicio útil al ser humano o a la sociedad en general. Para este caso las inversiones buscan un rendimiento monetario atractivo, es decir una ganancia de dinero.

- ✓ La inversión inicial comprende: adquisición de todos los activos fijos y activos diferidos o intangibles (luz, agua, teléfono, internet, etc.) que son necesarios para que la empresa inicie sus operaciones, con la excepción del capital de trabajo.

- **Depreciación⁴⁶:** Es el valor que pierden los bienes con el paso del tiempo y solo se aplica a los activos fijos.

⁴⁵ Estudio económico: www.ii.iteso.mx/.../Estudio_economico.htm

⁴⁶ Estudio económico: www.ii.iteso.mx/.../Estudio_economico.htm



- **Amortización⁴⁷:** Es el cargo anual que se hace para recuperar la inversión de un activo diferido.

El motivo de hacer los cargos de depreciación y amortización es recuperar la inversión por vía fiscal, evitando así que la empresa se descapitalice. Al ser cargado un costo sin hacer desembolso se aumentan los costos totales ocasionando pagar menos impuestos y tener mayor dinero en efectivo disponible.

- **Recursos Financieros:** Son los recursos monetarios útiles para solventar los requerimientos del monto total de inversión necesario para llevar a cabo su realización.

Para la cuantificación de la inversión necesaria ha sido necesario llevar a cabo una investigación basada en la realización de cotizaciones con distintos proveedores, a modo de elegir los más convenientes para el proyecto en cuanto a calidad, garantía, costo unitario, condiciones de pago, entrega, mantenimiento, entre muchos otros que conduzcan a la mejor toma de decisiones en la adquisición de recursos y que respondan eficientemente con lo designado por el horizonte de planeación del proyecto que se ha considerado como vida útil del mismo.

⁴⁷ Estudio económico: [www.ii.iteso.mx/.../Estudio económico.htm](http://www.ii.iteso.mx/.../Estudio_economico.htm)



3.2. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Cuantificar los requerimientos financieros y flujos efectivo, por medio de un estudio financiero.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Determinar Los Costos Financieros.
- Realizar Estados De Resultados Con O Sin Financiamiento

3.3. INVERSIONES

Inversión Inicial en Activo Fijo

Esto corresponde a la inversión en todos los equipos necesaria para realizar las funciones del minisúper; la inversión total se muestra a continuación:

Tabla N° 27. Activo Fijo-Equipo de almacenamiento

Activos fijo del Minisúper			
Concepto	Cantidad	Precio unitario C \$	Inversión total C\$
Exhibidor de 4 puerta	2	C\$ 139,246.83	C\$ 278,493.66
Exhibidor de una puerta	1	C\$ 45,591.93	C\$ 45,591.93
Freezer	3	C\$ 24,717.53	C\$ 148,305.18
Exhibidor de carne	1	C\$ 158,359.14	C\$ 158,359.14
Estantería (góndola) dobles	5	C\$ 10,617.95	C\$ 53,089.75
Estantería (góndola)	4	C\$ 4,590.12	C\$ 18,360.48
Estantería metálica para frutas	1	C\$ 21,235.90	C\$ 21,235.90
Lectores de barra	2	C\$ 5,005.61	C\$ 10,011.22
Caja de efectivo	2	C\$ 3,185.39	C\$ 6,370.77
Impresora de recibo	2	C\$ 6,158.41	C\$ 12,316.82
Computadora para registro de ventas	2	C\$ 12,599.62	C\$ 25,199.23
ABANICO DEC. TECHO	6	C\$ 2,755.73	C\$ 16,534.38
Extractores estilo hongos	3	C\$ 18,202.20	C\$ 54,606.60
Mesa para caja	2	C\$ 11,528.06	C\$ 23,056.12
Estantería para bodega	3	C\$ 4,220.80	C\$ 12,662.40
Total			C\$ 894,811.52

Fuente: Elaboración a partir de cotizaciones⁴⁸

Activo Fijo- Instrumentos de Producción⁴⁹

Esto corresponde a la inversión en todos los equipos e instrumentos relacionados con las funciones del minisúper.

La inversión total en estos activos se muestra a continuación:

⁴⁸ Ver cotización anexo N° 5, Pagina N° 25 – 43.

⁴⁹ Ver cotización anexo N° 5, página N° 27.

Tabla N° 28. Activos fijos-Instrumentos de producción.

Activo fijo - instrumentos de producción			
Concepto	Cantidad	precio unitario C\$	Inversión total C\$
Cuchillo	12	C\$ 30	C\$ 360
Hacha	6	C\$ 83	C\$ 498
Pesa	2	C\$ 805.12	C\$ 1,610.24
Mesa de trabajo	1	C\$ 12,134.8	C\$ 12,134.8
Canasta de compras	50	C\$ 75	C\$ 3,750
Total			C\$ 18,353.04

Fuente: realización a partir de cotizaciones

Activo Fijo-Equipos del Departamento de Administración y Ventas

Esto corresponde a la inversión en todos los equipos relacionados con las funciones administrativas de la empresa.

La inversión total en estos activos se muestra a continuación:

Tabla N° 29. Activos fijos-Equipos de Administración y ventas.

Activos Fijos-Equipos de Administración y Ventas			
Concepto	Cantidad	Precio unitario C\$	Inversión total C\$
Computadora	3	C\$ 12,583.26	C\$ 37,749.78
Impresora	1	C\$ 1,211.90	C\$ 1,211.90
Teléfono	1	C\$ 300.73	C\$ 300.73
Escritorio	2	C\$ 3,337.07	C\$ 6,674.14
Escritorio secretarial	1	C\$ 333.07	C\$ 3,337.07
Dispensador de agua	1	C\$ 4,642.88	C\$ 4,642.88
Sillas	3	C\$ 3,640.44	C\$ 10,921.32
Archivero	2	C\$ 6,370.77	C\$ 12,741.54
Camión	1	C\$ 171,470	C\$ 171,470
Extintor	2	C\$ 746.55	C\$ 1,493.11
Sillas de espera	2	C\$ 18,993.60	C\$ 37,987.20
Total			C\$ 288,228.94

Fuente: Realización a partir de cotizaciones

Tabla N° 30. Activos fijos de producción.

Cantidad	Descripción	Precio unitario	precio total C\$
1	Software de facturación e inventario	C\$ 14,509	C\$ 14,509
10	Señales de evacuación y riesgo	C\$ 80	C\$ 800
2	Cinturón p/fuerza	C\$ 230	C\$ 460
Total			C\$ 2,719



ACTIVO FIJO-OBRAS CIVILES Y OBRA ELÉCTRICA⁵⁰

No se realiza inversión en terreno y en construcción ya que el lugar específico donde operará la empresa será alquilado, esto con el fin de que la inversión no sea tan alta; pero la compra de la edificación queda latente para realizarse en un futuro cuando la empresa se haya posicionado.

La edificación destinada para la instalación del “Mini-Supermercado TISMITA” cuenta con espacios suficientes para el área de compras necesarias de esta, excepto por el área de los Sanitarios y el Almacén de Productos de Limpieza y Otros Productos Tóxicos, oficinas administrativas y bodega de almacenamiento.

Dentro de los costos de obra civil se incluye los costos de obra eléctrica, cabe destacar que el costo de la construcción será deducido del alquiler del local, se deducirá \$50 dólares mensuales que equivalen a C\$ 1,319. El presupuesto estimado de construcción cuyo valor asciende C\$ 79, 140, fue elaborado a través de asesoría con la ingeniero civil Grethel María García Hondoy, tel. 89969370, ingeniero egresado de la UNI.

En este presupuesto según la ingeniera García, incluye compra de materiales, mano de obra, acabado (repellado, pintado), instalaciones eléctricas, instalaciones de equipo de azulejo (servicio sanitario, duchas, lavamanos, urinarios) y todo el resto de área que comprende el Mini-Supermercado TISMITA.

⁵⁰ Plano eléctrico, Ver anexo N° 8 Pagina N° 48.

3.3.1 OTROS GASTOS

La siguiente tabla muestra todos aquellos insumos de uso propio del minisúper del año 2015.

Tabla N° 31. Otros gastos.

Cant.	Descripción	Precio unitario	Total
3	Basurero grande	C\$ 270	C\$ 810
3	Jabón lava plato	C\$ 23.4	C\$ 70.2
4	Cepillo para azulejo	C\$ 18.5	C\$ 74
3	Palas con mangos	C\$ 56.51	C\$ 169.53
3	Escoba con mangos	C\$ 40.3	C\$ 120.9
3	Lampazo	C\$ 84.5	C\$ 253.5
20	Mechas para lampazos	C\$ 42.9	C\$ 858
1	Productos químicos	C\$ 817.15	C\$ 817.15
4	Jabones líquidos para manos	C\$ 48.1	C\$ 192.4
1	Rollos de papel higiénicos bolsón 24 unid	C\$ 368	C\$ 368
12	Guantes látex caja 100 unid	C\$ 150	C\$ 1,800
5	Rollo de bolsas transparentes	C\$ 135	C\$ 675
20	Rollo de bolsas de gabacha caja de 75	C\$ 585	C\$ 11,700
2	Gorros 100 unidades caja	C\$ 212.4	C\$ 424.8
12	Mascaras	C\$ 58.5	C\$ 702
1	Botiquín	C\$ 1,656.83	C\$ 1656.83
2	Rollo de papel para impresora	C\$ 50.06	C\$ 100.11
3	Cinta de impresora de recibo	C\$ 145.09	C\$ 435.27
	Total		C\$ 21,227.69

PROYECCIÓN⁵¹ DE OTROS GASTOS

Tabla N° 32. Proyección de otros gastos.

Proyección de gastos de uso personal del Minisúper TISMITA					
Año	2015	2016	2017	2018	2019
	C\$ 21,227.69	C\$ 22,621.92	C\$ 24,107.73	C\$ 25,691.13	C\$ 27,378.52

⁵¹ Con una tasa de inflación de 7%

3.3.2 MANTENIMIENTO⁵²

El costo de mantenimiento es un servicio y se contabiliza por separado, se les realiza a los equipos con el fin de mantenerlos funcionando en excelentes condiciones, ya que los tiempos de paro generan pérdidas o deterioro del producto. Este tipo de mantenimiento tiene ventajas en los siguientes aspectos:

- Mantiene las especificaciones técnicas necesarias de los equipos.
- Alarga la vida útil de los equipos.
- Reduce los costos de mantenimiento, evitando los mantenimientos correctivos que conllevan a paros permanentes de las operaciones.
- Mejora el servicio de los establecimientos.

El **mantenimiento preventivo**⁵³ es el destinado a la conservación de equipos o instalaciones mediante realización de revisión y reparación que garanticen su buen funcionamiento y fiabilidad. El mantenimiento preventivo se realiza en equipos en condiciones de funcionamiento.

El primer objetivo del mantenimiento es evitar o mitigar las consecuencias de los fallos del equipo, logrando prevenir las incidencias antes de que estas ocurran. Las tareas de mantenimiento preventivo incluyen acciones como cambio de piezas desgastadas, cambios de aceites y lubricantes, etc. El mantenimiento preventivo debe evitar los fallos en el equipo antes de que estos ocurran.

En este estudio el mantenimiento de todos los equipos del mini supermercado serán subcontratados a empresa que brindan este tipo de servicio. Se estipula que los equipos refrigerantes como: exhibidores y Freezer se les hará mantenimiento preventivo cada 3 meses, las computadoras e impresoras anualmente, en cuanto al vehículo se hará de acuerdo al kilometraje recorrido.

⁵² Estudio de pre factibilidad para la instalación de un minisúper ubicado en el barrio del Rosario de la ciudad de Estelí.

⁵³ wikipedia.org/wiki/Mantenimiento_preventivo.

A continuación se muestra la tabla de los costos de mantenimiento para el año 2015.

Tabla N° 33. Costo de mantenimiento cada tres meses⁵⁴.

Mantenimiento de equipos					
Equipo	unidades	precio unitario \$	costo total al mes C\$	Frecuencia al año	Costo Total al año C\$
Exhibidor de 4 puerta	2	87.05	4592.76	4	18371.04
Exhibidor de carne	1	83.45	2201.41	4	8805.64
Estantería (góndola) dobles	6	46.61	7377.43	4	29509.72
Estantería (góndola)	4	38.81	4095.23	4	16380.92
Estantería metálica para frutas	1	72.1	1902	4	7608
Estantería para bodega	2	42.39	2236.5	4	8946
Extintor	2	12.58	663.72	4	2654.88
congeladores	2	131.9	6959.04	4	27836.16
		total	30028.09		120112.36

Fuente: Cotizaciones de Mantenimiento

La siguiente tabla muestra el detalle del equipo el cual dicho mantenimiento es realiza anualmente.

Tabla N° 34. Costos de mantenimiento de equipos al año.

Equipo	unidades	Precio Unitario \$	Costo total al año C\$
Computadora para registro de ventas	5	30	3957

El Vehículo tendrá mantenimiento gratis por 2 años según el kilometraje por lo que en esta tabla refleja el mantenimiento que será cargable al año 3.

Tabla N° 35. Costo mantenimiento de equipos.

Equipo	unidades	Precio Unitario \$	Costo total al año C\$
camión	1	781.02	781.02

Fuente: Cotizaciones de Mantenimiento.

⁵⁴ Cotización de Mantenimiento Ver anexo N° 10. Página N° 50.

PROYECCIONES⁵⁵ DE MANTENIMIENTO

Tabla N° 36. Proyección de mantenimiento.

Proyección de mantenimiento					
Año	2015	2016	2017	2018	2019
	C\$ 124,069.36	C\$ 132,218.24	C\$ 140,902.33	C\$150,156.8	C\$160,019.1

Fuente: Elaboración propia.

3.3.3.COSTO DE ENERGÍA⁵⁶ DE LA INSTALACIÓN.

En el estudio técnico se determinó la cantidad de máquinas a utilizar para el proceso de producción y mediante la información recopilada se obtuvo la cantidad del consumo energético (kW / hora) de la maquinaria, entre estas se encuentra los exhibidores cuatro puertas, el exhibidor de carnes, las computadoras, impresoras, lectores de barra, freezer; la tabla N° 58. Muestra el año 2014, los demás años se encuentran en la Tabla N° 59.

Se realiza una suma del consumo anual de kilowatt de las máquinas de producción, equipos de las oficinas y luminarias, luego se multiplica este dato por la tarifa de energía eléctrica que en este caso es de C\$ 5.4703 (tarifa general mayor) obteniendo el consumo anual en córdobas al cual se le incorpora los cargos por alumbrado eléctrico, comercialización y regulación del INE.

⁵⁵ Tasa de inflación 7%

⁵⁶ http://www.ine.gob.ni/noticias/fijacion_tarifa.pdf

Tabla N° 37. Calculo costo de energía eléctrica⁵⁷.

AÑO 2015			
Equipo	Unidades	Consumo (kw/h)	Consumo anual (Kw-hr/año)
Exhibidor frío de Carnes	1	0.1865	2,530.12
Exhibidor frío de una puerta	1	0.69	9,360.78
Exhibidor frío de 4 puertas.	2	1.7018	46,174.41
Freezer	3	0.746	30,361.48
Enfriador de Agua	1	0.6	8,139.81
Lector de barra	2	0.0005	13.57
Computador de Escritorio	4	0.55	29,845.96
Impresora de recibo Samsung Bixolon	2	0.0552	1,497.72
Lámparas fluorescentes tubo	15	0.04	8,139.81
Lámparas fluorescentes comp.	4	0.009	488.39
Ventiladores de Techo	6	0.69	56,164.66
Consumo anual			192,716.71
Alumbrado		0.32	627.98
Comercialización			1,771.36
Regulación del INE 1 %			1,927.17
Total (C\$)			197,043.22

Fuente: Elaboración a partir de las tarifas proporcionadas por INE⁵⁸.

PROYECCIONES DE LUZ

Tabla N° 38. Proyección del costo de energía.

Proyección de costo de energía					
Año	2015	2016	2017	2018	2019
	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
	196,494.83	209,400.61	223,154	237,810.8	253,430.2

3.3.4.COSTO DE AGUA

Para determinar un estimado del costo por consumo de agua que el Mini-Supermercado incurrirá durante los primeros seis años de operación se realiza la siguiente estimación: El proyecto dispondrá de abastecimiento suficiente de agua potable en proporción al número de trabajadores, fácilmente accesible a todos ellos y distribuido en lugares próximos a los puestos de trabajo Según la ley 618 Capítulo XI Arto. 102, se tomara en cuenta diversos factores que son necesarios para crear un ambiente laboral saludable.

⁵⁷ Detalle de consumo eléctrico; ver anexo N° 11, página N° 56.

⁵⁸ Ver anexo N° 12, página N° 57.



Detallamos la cantidad en m³ de agua consumidos por el personal del Mini – supermercado, para el cual se tomó en cuenta la frecuencia al día en que cada persona acude al servicio sanitario y la cantidad de litros de agua que es consumida en cada descarga, (5Ltrs Agua/descarga), Se sugiere que una persona acude al servicio sanitaria 4 veces por día. También se agregó la cantidad de litros que una persona debe de consumir para una buena hidratación, (8Ltrs Agua/día)

Para esta empresa se tiene una planilla laboral de 17 personas en total, se convirtieron los litros consumidos a metros cúbicos con el fin de multiplicar este dato por el costo (C\$/m³) que dispone Enacal para Instituciones generadoras de subsidio (cabe aclarar que este proyecto cabe dentro de esta categoría según Acuerdo tarifario Art. No 10, este monto se muestra en la tabla 60.

Tabla N° 39. Tarifa Enacal

Tipo de Usuario Rangos de Consumo (m ³)	Cargo Variable	
	Agua Potable (C\$/m ³)	Alcantarillado ⁵⁹ (C\$/m ³)
Instituciones generadoras de subsidio de 0- 50 m³	13.5	4

Fuente: página web de ENACAL www.enacal.gob

En Tisma no existe alcantarillado, Por tanto el costo por metro cúbico consumido de agua potable es de C\$13.50 y en la tabla N° 62, 63, 64 y 65, puede observarse el cálculo del costo anual de agua potable para los años 2010-2014 y para los años 2015 y 2016 aumenta los días laborales y por ende el consumo de agua ya que los operarios trabajan los días sábado.

Cálculo del costo anual de agua potable y alcantarillado por consumo del personal

⁵⁹ Es este estudio no se tomara en cuenta el alcantarillado ya que en Tisma no existe dicho cobro

Tabla N° 40. Calculo costo anual de agua potable por consumo del personal.

CARGO A DESEMPEÑAR	No de Empleados	Consumo (Ltrs./día)	Consumo (m3/día)	Total (m3/año)
Gerente general	1	28	0.028	7.868
Secretaria	1	28	0.028	7.868
Responsable de Administración	2	56	0.056	15.736
Responsable de compras	1	28	0.028	7.868
Displayer	2	56	0.056	15.736
Chofer	1	28	0.028	7.868
Responsable de Productos perecederos	3	84	0.084	23.604
Cajero	2	56	0.056	15.736
Afanadora	2	56	0.056	15.736
Vigilancia	2	56	0.056	15.736
TOTAL	-	-	-	133.756

Fuente: Elaboración a partir de estimación de consumo diario por persona.

3.3.5.LIMPIEZA MENSUAL DE LAS INTALACIONES, MAQUINARIA Y UTENSILIOS.

Esto corresponde a:

- Lavado de Exhibidores.
- Lavado de Mantenedora.
- Lavado de cuchillos y bandejas.
- Lavado del vehículo.
- Limpieza de las instalaciones del Mini-Supermercado.

Para lo anterior se requerirán se requerirán 44,500 litros de agua al mes = 44.5 m3/mes. Para concluir con la estimación del consumo de agua debemos tomar en cuenta la limpieza de las instalaciones y de la maquinaria:

Tabla N° 41. Otros costos de agua.

OTROS GASTOS DE AGUA	Consumo (m3/día)	Consumo (m3/semana)	Total (m3/año)
Limpieza de áreas del mini súper	3		843
Limpieza de equipos de refrigeración y exhibición		1.5	72
Limpieza de Vehículo		1.5	72
TOTAL			915



Tabla N° 42. Otros costos de agua.

OTROS GASTOS DE AGUA	Consumo (m3/día)	Consumo (m3/semana)	Total (m3/año)
Limpieza de áreas del mini súper	3		843
Limpieza de equipos de refrigeración y exhibición		1.5	72
Limpieza de Vehículo		1.5	72
<u>TOTAL</u>			<u>915</u>

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla N° 43. Tabla resumen Gasto de agua potable.

GASTO TOTAL DE AGUA	TOTAL (M3/AÑO)	TARIFA	Total (C\$/año)
GASTO DE PERSONAL	133,756	C\$ 13.5	C\$ 1805.706
GASTO POR LIMPIEZA	843	C\$ 13.5	C\$ 11380.5
GASTOS DE LIMPIEZA DE EQUIPOS DE REFRIGRACION	72	C\$ 13.5	C\$ 972
LIMPIEZA DE VEHICULO	72	C\$ 13.5	C\$ 972
<u>TOTAL</u>			C\$ 13,186.206

Fuente: Elaboración Propia

PROYECCIONES DEL COSTO DE AGUA

Tabla N° 44. Proyección costo de agua.

Proyección del costo de agua					
Año	2015	2016	2017	2018	2019
	C\$ 13,186.206	C\$ 14,052.28	C\$ 14,975.23	C\$ 15,958.8	C\$ 17,006.97

3.3.6.COSTO DE MANO OBRA

A continuación se muestra los costos que se incurrirán en mano de obra, tanto en el área de administración, como la de ventas y personal de servicio.

Tabla N° 45. Costo de Mano de obra personal de administración

Personal de Administración.			
Nº de empleados	Cargo	Salario mensual	Salario anual
1	Gerente General	C\$13,720.34	C\$164,644.08
1	responsable de administración	C\$12,309.23	C\$147,710.76
1	Responsable de compras	C\$10,898.12	C\$130,777.44
1	Secretaria	C\$6,664.79	C\$ 79,977.48
2	Cajeros	C\$8,075.9	C\$ 193,821.6
TOTAL			C\$716,931.36

Tabla N° 46.Costo de Mano de obra personal de ventas

Personal de Ventas.			
Nº de empleados	Cargo	salario mensual	salario anual
3	Resp. De productos perecederos	C\$ 8,086.2	C\$ 291,103.2
2	Displayer	C\$ 6,664.79	C\$159,954.96
Total			C\$ 451,058.16

Personal De Servicio			
Nº de empleados	Cargo	Salario mensual	Salario anual
2	Afanadora	C\$ 5,253.68	C\$ 126,088.32
2	Guarda de seguridad	C\$ 5,253.68	C\$ 126,088.32
1	Chofer	C\$ 6,664.79	C\$ 79,977.48
			C\$ 332,154.12

Tabla N° 47. Costo de Mano de obra Personal de servicio.

En esta tabla se presentan el total de deducciones para cada año.

Tabla N° 48.Total de Deducciones

Prestaciones					
Año	2015	2016	2017	2018	2019
INSS Patronal ⁶⁰	18%	18,50%	19%	19%	19%
Vacaciones	0,083	0,083	0,083	0,083	0,083
Treceavo mes	0,083	0,083	0,083	0,083	0,083
Indemnización	0,083	0,083	0,083	0,056	0,056
INATEC	2%	2%	2%	2%	2%
Total	45%	46,00%	46%	43%	43%

3.3.7. COSTO DE COMBUSTIBLE

En este costo se considera el combustible que se utilice para el vehículo-camión, tal como es gasolina. El camión se utilizará para las compras que se realizaran en el mercado de Masaya las cuales se realizaran dos veces por semana.

Tabla N° 49. Resumen de los costos totales que se incurrirán en mano de obra.

Tabla N° 50.Rendimiento por galón del Camión

Año	Costo total anual	Deducciones	Costo total anual
2015	C\$ 1,500,143.64	C\$ 675,064.64	C\$ 2,175,208.28
2016	C\$ 1,500,143.64	C\$ 690,066.07	C\$ 2,190,209.71
2017	C\$ 1,500,143.64	C\$ 690,066.07	C\$ 2,190,209.71
2018	C\$ 1,500,143.64	C\$ 645,061.77	C\$ 2,145,205.41
2019	C\$ 1,500,143.64	C\$ 645,061.77	C\$ 2,145,205.41

Rendimiento por galón del Vehículo	KM	Galón
	55	1

.Fuente: Especificaciones técnicas del vehículo

Tabla N° 51. Precio del combustible⁶¹.

Costo del litro de Gasolina Regular	Litros/Galón	Costo del Galón
29.99	3.7854118	113.52

Fuente: INE regulador del precio del combustible⁶²

⁶⁰ Reformas al Decreto 975 Reglamento General de Seguridad Social de Nicaragua publicado en La Gaceta N° 242 del 20-Dic-2013

⁶¹ Ver anexo N° 13, página N° 59

⁶² http://www.ine.gob.ni/DGH/monitoreos/2014/RES_monitoreo.pdf

Tabla N° 52. Detalle de los costos del combustible

Ruta	KM / Mes	KM/ Anual	Rendimiento del vehículo	Consumo en Galones al mes.	Costo Anual
Tisma- Mercado Municipal Masaya	354	4248	55	77.2363636	C\$ 8767.87

Fuente: Elaboración Propia.

PROYECCIONES DE COMBUSTIBLES

Tabla N° 53. Proyecciones Costo de combustible.

Proyección de costo de combustible					
Año	2015	2016	2017	2018	2019
	C\$ 8,767.92	C\$ 9,343.8	C\$ 9,957.5	C\$ 10,611.51	C\$ 11,308.47

3.3.8. GASTOS TELEFÓNICOS

Se estima que en promedio los gastos telefónicos son de C\$ 299,56 y se reflejan en la siguiente tabla.

Tabla N° 54. Gastos telefónicos.

Gasto de teléfono	Gasto mensual	Gasto anual
	C\$ 299.56	C\$ 3594.72

PROYECCIONES DE GASTOS TELEFÓNICOS

Tabla N° 55. Proyecciones de gastos telefónicos.

Proyección de gastos de telefónico					
Años	2015	2016	2017	2018	2019
	C\$ 3,594.72	C\$ 3,830.82	C\$ 4,082.43	C\$ 4,350.56	C\$ 4,636.3

3.3.9. GASTOS DE PAPELERÍA

En la siguiente tabla se muestran los gastos que se incurrirán en papelería para el año 2015.

Tabla N° 56. Gasto de papelería⁶³.

cantidad	Descripción	precio unitario	Total
4	PAPEL BOND 40 T/C PAPERLINE	C\$ 93.75	C\$ 375
2	ENGRAPADORA DELTA TIRA LARGA	C\$ 57.96	C\$ 115.92
12	LAPICERO NEGRO BIC CLASICO	C\$ 3.01	C\$ 36.12
12	LAPICERO AZUL BIC CLASICO	C\$ 3.01	C\$ 36.12
12	LAPICERO ROJO BIC CLASICO	C\$ 3.01	C\$ 36.12
1	FOLDER DE MANILA T/C AMPO DE 100 UND	C\$112.45	C\$112.45
3	CORRECTOR T/LAPIZ STUDMARK 7ML	C\$ 9.5	C\$ 28.5
3	REGLA PLASTICA DE 30CM POINTER TRANSPAREN	C\$ 2.46	C\$ 7.38
5	MARC. FLUORESCENTE AZUL ARTLINE	C\$ 9.76	C\$ 48.8
2	CLIP NIQUELADO PEQUEÑO ACME 33MM 100 UNDS	C\$ 5.2	C\$ 10.4
3	GRAPA STUDMARK STANDARD 26/6 5000 UND.	C\$ 16.68	C\$50.04
3	SACAGRAPA STUDMARK NEW	C\$ 7.25	C\$21.75
3	TIJERA STUDMARK 7.5 PULG	C\$ 20.7	C\$ 62.1
		Total	C\$940.7

Fuente: Cotización

⁶³ Cotización; Ver anexo N° 14, Pagina N° 60

PROYECCIONES DE GASTOS DE PAPELERÍA

Tabla N° 57. Proyección de gasto de papelería.

Proyección de papelería					
Años	2015	2016	2017	2018	2019
	C\$ 940.7	C\$ 1,002.49	C\$ 1,068.33	C\$ 1,138.5	C\$ 1,213.28

3.3.10. COSTO DE COMPRAS⁶⁴

Tabla N° 58. Costo de compra.

Costo de compra	
Año	Costo de compra
2015	17,757,957.36

PROYECCIONES DE COMPRA.

Tabla N° 59. Proyección de costo de compra.

proyecciones de costo de compra C\$					
Año	2015	2016	2017	2018	2019
	C\$ 17,757,957.36	C\$ 19,444,963.3	C\$ 21,292,234.82	C\$ 23,314,997.1	C\$ 25,529,921.9

3.3.11. COSTO DE PUBLICIDAD

Se incurrirá a medios de comunicación con el fin de dar a conocer la apertura del minisúper , para ello se estimaron los costos y también se proyectaron los años siguientes, debido a que se seguirá usando este método para anunciar promociones o alguna otra actividad, cabe recalcar que el costo para este año se tomara como un costo pre operativo, ya que se hará uso de el para la inauguración del minisúper y el resto de años se toma como un gasto de venta, además se ha predestinado que este gasto será el mismo para todos los años. La siguiente tabla refleja los gastos de publicidad.

⁶⁴ Ver anexo N° 16, página N° 64.

Tabla N° 60. Costo de publicidad

Descripción	Costo
Manta publicitaria	C\$ 1,950
Volantes	C\$ 465
Total	C\$ 2,415

3.3.12. COSTO DE ALQUILER

Como se explicó en la Sección. Activo Fijo-Obras Civiles-obra eléctrica, no se realizará una inversión en terreno, para la instalación del minisúper, sino que se alquilará un local para llevar a cabo las operaciones de esta.

El local será alquilado en \$200 dólares neto, pero se exonerará \$50 mensual durante 5 años para equilibrar la inversión de la construcción por lo que quedaran en \$150. A continuación se muestra la proyección de esta.

Tabla N° 61. Proyecciones de costo de alquiler.

Proyección de los costos de alquiler C\$					
Año	2015	2016	2017	2018	2019
Costo de alquiler de toda la edificación	C\$ 47,484	C\$ 50,602.75	C\$ 53,926.34	C\$ 57,468.22	C\$ 61,242.73

3.3.13. COSTOS DEL CONTROL DE PLAGAS⁶⁵.

Para mantener un control de plaga bajo control, se contratará los servicios de una empresa encargada de este servicio la cual fumigara un área total de 433m² del Mini - Supermercado, según las recomendaciones este control se hará de manera mensual.

⁶⁵ Ver cotización anexo N° 6, Pagina N°43 y 44.

Recomendaciones para el control de plagas:

- Realizar Control General de Plagas mensualmente.
- Revisar los productos antes de ingresarlos a las instalaciones para evitar traslado de plagas.
- Salir de las áreas fumigadas durante las primeras 3 horas.
- Cumplir con las Normas de Higiene para de esta manera evitar atraer las Plagas, dentro de las instalaciones.
- Es importante firmar un contrato por aplicaciones mensuales durante un año, porque obtienen la ventaja de recibir Asesoría Técnica permanente, Asistencia y Monitoreo e Instalación de estaciones rodenticidas.

A continuación se presentan las proyecciones de dichos costos.

Tabla N° 62. Costo Control de plaga.

Concepto	\$ ⁶⁶	C\$
costo mensual	67.85	1,789.88
costo anual	814.2	21,478.56

Proyección costo Control de plaga

Tabla N° 63. Proyección de costo Control de plaga.

Proyección del control de plagas C\$						
Año	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Costo anual del control de plaga	C\$ 21,478.56	C\$ 22,889.27	C\$ 24,299.98	C\$ 25,896	C\$ 27,306.71	C\$ 29,100.21

⁶⁶ Tasa de cambio oficial 26.38, ver anexo N° 9, página N° 49.



3.4. PRESUPUESTO DE ADMINISTRACIÓN

A continuación se muestra el resumen de los gastos administrativos del Mini-supermercado.

Tabla N° 64.Presupuesto de administración.

Proyecciones de gasto de administración C\$					
Concepto	Años				
	2015	2016	2017	2018	2019
Personal de administración	C\$ 1,039,550.47	C\$ 1,046,719.78	C\$ 1,046,719.78	C\$ 1,025,211.85	C\$ 1,025,211.85
Alquiler	C\$ 3,957	C\$ 4216,9	C\$ 4,493.87	C\$ 4,789.03	C\$ 5,103.57
Energía	C\$ 196,494.83	C\$ 209,400.61	C\$ 223,154.04	C\$ 237,810.8	C\$ 253,430.21
Artículos de oficina	C\$ 940.7	C\$ 1,002.49	C\$ 1,068.33	C\$ 1,138.5	C\$ 1,213.28
Costo de agua	C\$ 13,186.206	C\$ 14,052.28	C\$ 14,975.23	C\$ 15,958.8	C\$ 17,006.97
Teléfono	C\$ 3,594.72	C\$ 3,830.82	C\$ 4,082.43	C\$ 4,350.56	C\$ 4,636.3
Control de plagas	C\$ 21,478.56	C\$ 22,889.27	C\$ 24,299.98	C\$ 25,896	C\$ 27,306.71
Otros gastos⁶⁷	C\$ 21,227.69	C\$ 22,621.92	C\$ 24,107.73	C\$ 25,691.13	C\$ 27,378.52
Total	C\$ 1,300,430.18	C\$ 1,324,734.07	C\$1,342,901.39	C\$ 1340846,67	C\$ 1,361,287.41

⁶⁷ Ver tabla N° 31.

3.5. PRESUPUESTO DE VENTAS

Tabla N° 65. Presupuesto de venta

Proyecciones de gasto de ventas C\$					
Concepto	Años				
	2015	2016	2017	2018	2019
Personal de ventas	1,135,657.81	1,143,489.93	1,143,489.93	1,119,993.56	1,119,993.56
Mantenimiento	124,069.36	132,218.24	141,683.35	151,770.13	162,519.41
Combustible	8,767.92	9,343.8	9,957.5	10,611.51	11,308.47
Publicidad	2,415	2,415	2,415	2,415	2,415
Total C\$	1,270,910.09	1,287,466.97	1,297,545.78	1,284,790	1,296,236.44

INVERSIÓN INICIAL-ACTIVO DIFERIDO

La Inversión en Activo Diferido comprende todas las inversiones en activos intangibles de la empresa y la inversión en los aspectos legales necesarios para la constitución legal de la empresa. A continuación se muestra el total de esta inversión.

Tabla N° 66. Activos diferidos

Inversión total de activos diferidos	
Concepto	Costo C\$
Aspectos legales ⁶⁸	C\$ 66001,67
Publicidad	C\$ 2415
Estudio de pre factibilidad	C\$ 26380
Total	C\$ 94796,67

⁶⁸ www.trasmitenicaragua.gob.ni

3.6. CAPITAL DE TRABAJO⁶⁹

El capital se refiere a los gastos o capital adicional (diferente a la inversión de activos tangible e intangible) que requiere la empresa cuando inicia actividades o entra en funcionamiento. El capital de trabajo está constituido por los recursos que son utilizados en las actividades productivas del negocio y que son devueltos durante el funcionamiento de la empresa.

El capital de trabajo abarca:

- 1.- Inversiones en existencia** (inventario): comprende materia prima y suministros, productos en procesos y productos terminados.
- 2.- Exigible:** incluyen adelanto de proveedores, clientes (cuentas por cobrar)
- 3.- Disponibles:** cajas y bancos. Los disponibles se usan para diversos pagos en efectivos, como sueldo de personal permanente y contratados, gastos administrativos, alquiler, seguros, repuestos, etc.

Para iniciar operaciones del minisúper se estimaron los costos para los primeros 15 días de trabajo.

Tabla N° 67. Capital de trabajo

Capital de trabajo	
Costos de ventas	
Costo de compra	C\$ 739,914.89
Gastos de ventas	
Personal de ventas	C\$ 47,319.08
Gastos administrativos	
Personal de administración	C\$ 43,314.6
Costo de combustible	C\$ 365.33
Publicidad	C\$ 2,182.5
Alquiler	C\$ 3,957
Costo de mantenimiento	C\$ 5,169.56
Capital de trabajo total	C\$ 842,222.96

⁶⁹ Formulación y evaluación de proyecto, Rodríguez Cairo, pág. 251

3.7. DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Conforme en los presupuestos de ingresos y de los costos de compras, administración y ventas, se clasifican los costos⁷⁰ como fijos y variables con el objetivo de determinar cuál es el nivel de producción donde los costos totales se igualan a los ingresos. Conociendo el punto de equilibrio se puede determinar el punto mínimo de producción al que se puede trabajar sin tener pérdidas.

Se calculó el punto de equilibrio en porcentajes (%) y en dinero, para el producto terminado.

Las fórmulas que se utilizaron son las siguientes:

Punto de Equilibrio en dinero (\$):

$$PEQ \$ = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{ITO}}$$

Dónde:

ITO= Ingresos Totales.

CFT= Costos Fijos Totales.

CVT= Costos Variables Totales.

Tabal N° 68. Punto de equilibrio.

Punto de Equilibrio					
Años	2015	2016	2017	2018	2019
PEQ C\$	14,467,620.63	14,686,218.74	14,633,367.74	14,575,549.83	14,752,284.59

⁷⁰ Contabilidad de costo Ralph.Polemeni. Ver anexo N° 9.

3.8. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

Inversión inicial

La inversión inicial⁷¹ de un proyecto valoriza el costo total del proyecto en unidades monetarias. El objetivo de la inversión inicial es identificar y valorizar los componentes que integran la estructura de la inversión total del proyecto, a la vez definir el cronograma de la inversión.

El costo total de la inversión comprende los requerimientos del capital de los intangibles y el capital de trabajo.

- a) **Inversión de activos tangibles:** activos físicos indispensables para la instalación de la planta u oficina.
- b) **Inversión de activos intangibles:** compra de servicio o derecho que son indispensable para ejecutar el proyecto.
- c) **Capital de trabajo:** para atender actividades producción y distribución de bienes para el normal funcionamiento u operación del proyecto.
- d) **Imprevisto:** para afrontar aquellas inversiones no considerados en los estudios de pre inversión y específicamente para contrarrestar posibles contingencias o situaciones adversa. A continuación se muestra detallada la inversión inicial:

Tabla N° 69. Inversión inicial

Inversión inicial	
Activos fijos	
Equipos	C\$ 894,811.52
Equipos de Administración y ventas	C\$ 298,895.06
Instrumentos	C\$ 18,353.04
Obra civiles	C\$ 79,140
Vehículo	C\$ 171,470
Activos diferidos	
Gastos pre operativos	C\$ 96,970.01
Subtotal C\$	C\$ 1,559,639.63
Imprevisto (5%)	C\$ 77,981.9815
capital de trabajo	C\$ 842,222.96
Inversión total	C\$ 2,479,844.57

⁷¹ Formulación y evaluación del proyecto .Rodríguez Cairo. pág. n° 87



El banco de la producción financiará como máximo un 39% de la inversión total sobre los activos fijos, los cuales se muestran en la tabla siguiente

PRÉSTAMO⁷².

Tabla N° 70. Porcentaje de aportación

Descripción	Total
Activos fijo del minisúper	C\$ 753,228.65
Activos fijo-equipos de administración y ventas	C\$ 209,219.78
Total del préstamo	C\$ 962,448.43
Inversión total	C\$ 2,479,844.57
Total en % del préstamo	39%
Total en % del inversionista	61%

3.9. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

En la tabla siguiente se muestra la depreciación de los equipos que se necesitan para iniciar operaciones en el mini supermercado TISMITA.

⁷²Detalle Del préstamo, Ver anexo N° 17, página N° 125.

Tabla N° 71. Depreciación de los equipos.

Depreciación de los equipos				
Descripción	cantidad	Costo C\$	años	Depreciación C\$
Exhibidor de una puerta	1	45,591.93	5	9,118.39
Exhibidor de 4 puerta	2	278,493.66	5	55,698.73
Freezer	3	148,305.18	5	29,661.04
Exhibidor de carne	1	158,359.14	5	31,671.83
Estantería (góndola) dobles	5	53,089.75	5	10,617.95
Estantería (góndola)	4	18,360.48	5	3,672.1
Estantería metálica para frutas	1	21,235.9	5	4,247.18
lectores de barra	2	379.50	2	189.75
Caja de efectivo	2	6,370.77	5	1,274.15
Impresora de recibo	2	12,316.82	2	6,158.41
Computadoras	5	62,916.3	2	31,458.15
Mesa par caja	2	23,056.12	5	4,611.22
Estantería para bodega	3	12,662.40	5	2,532.48
Impresora	1	1,211.90	2	605.95
Escritorio	2	6,674.14	5	1,334.83
Escritorio secretarial	1	3,337.07	5	667.41
Sillas	3	10,921.32	5	2,184.26
Archivero	2	12,741.54	5	2,548.31
Camión	1	171,470	5	34,294
Mesa de trabajo	1	12,134.8	5	2,426.96
Sillas de espera	2	37,987.2	5	7,597.44
pesa	2	1,610.24	5	322.05
canasta de compras	50	3,750	5	750
edificio (construcción)	1	78,900	20	3,945
ABANICO DEC. TECHO	6	16,534.38	5	3,306.88
Extractores estilo hongos	3	18,202.2	5	3,640.44
Total C\$				259,362.76

PROYECCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN.

Tabla N° 72. Proyección de depreciación.

Proyección de depreciaciones C\$					
Año	2015	2016	2017	2018	2019
	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
	259,362.76	259,362.76	217,499.81	217,499.81	217,499.81

3.9.1. AMORTIZACIÓN DE LOS GASTOS PRE OPERATIVO

Tabla N° 73. Amortización de activos diferidos

Amortización ⁷³	
Activos diferidos	C\$ 96,470.52
Amortización	C\$ 32,156.84

En la siguiente tabla se muestra las proyecciones de amortizaciones de los gastos pres operativos, los cuales se amortizaron en 3 años, según la ley de concertación tributaria.

Tabla N° 74. proyecciones de Amortización.

Proyección de Amortización C\$					
Años	2015	2016	2017	2018	2019
	32,156.84	32,156.84	32,156.84	-----	-----

⁷³ Según la ley de concertación tributaria los activos diferida se amortizan en 3 años ver anexo n°



3.10. ESTADO DE RESULTADO EN PRO- FORMA.

El estado de perdida y ganancia (estado de resultado refleja las perdidas y ganancia mediante operaciones de la empresa. El estado de resultado se realiza con el objetivo de calcular la utilidad operativa y los flujos netos de efectivo, los cuales constituyen el beneficio real de la operación y que se obtiene restando a los ingreso todos los costos en que se incurrirá.

Se llama en pro-forma porque significa proyectado, lo realmente hace el evaluador: proyectar (en este caso 5 años) los resultados económicos que supone tendrá la empresa.

3.10.1 ESTADO DE RESULTADO SIN FINANCIAMIENTO

EL Estado de Resultados refleja las pérdidas y ganancias mediante las operaciones de la empresa. La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias: es calcular la utilidad neta y los flujo neto de efectivo del proyecto, los cuales constituyen el beneficio real de la operación, y que se obtienen restando a los ingresos, todos los costos que se incurrirá. A continuación se muestra el Estado de resultado sin financiamiento.



Tabla N° 75.Estado de flujo sin financiamiento.

ESTADO DE RESULTADO SIN FINANCIAMIENTO C\$						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos⁷⁴		2,2197,446.7	24,306,204.14	26,615,293.53	29,143,746.42	31,912,402.33
(-) Costo de ventas ⁷⁵		17,757,957.36	19,444,963.31	21,292,234.82	23,314,997.13	25,529,921.86
(=) Utilidad bruta		4,439,489.34	4,861,240.83	5,323,058.71	5,828,749.29	6,382,480.47
(-) Gastos de ventas		1,270,910.09	1,287,466.97	1,297,545.78	1,284,790	1,296,236.44
(-) Gastos administrativos		1,343,957.18	1,371,119.92	1,392,333.86	1,393,525.86	1,417,426.57
(-) Gastos pre operativos		96,470.52				
(-) Depreciación		259,362.76	259,362.76	217,499.81	217,499.81	217,499.81
(-) Amortización		32,323.34	32,323.34	32,323.34		
(-) 1% ALMYA		22,1974.47	243,062.04	266,152.94	291,437.46	319,124.02
(=) UAI		1,214,490.98	1,667,905.8	2,117,202.98	2,641,496.16	3,132,193.63
(-) Impuesto 30 %		364,347.29	500,371.74	635,160.89	792,448.85	939,658.09
(=) UDI		850,143.69	1,167,534.06	1,482,042.09	1,849,047.31	2,192,535.54
(+) Depreciación		259,362.76	259,362.76	217,499.81	217,499.81	217,499.81
(+) Amortización		32,323.34	32,323.34	32,323.34	0	0
(+)Valor de rescate						59,355
(+)Capital de trabajo						842,222.96
(=) FNE C\$		1,141,829.79	1,459,220.16	1,731,865.24	2,066,547.12	3,311,613.31

Recuperación de activos: Terreno⁷⁶ +valor de rescate + capital de trabajo.

Recuperación de activo: C\$ 59,355 + C\$ 842,222.96

⁷⁴ Ver anexo N° 15, página N° 61.

⁷⁵ Ver anexo N° 16, Pagina N° 64.

⁷⁶ Como el local será alquilado no se incurrirá en compra de terreno.

3.11. COSTO DEL CAPITAL O TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO (TMAR)

Todo inversionista ya sea persona física, empresa, gobierno o cualquier otro, tiene en mente antes de invertir, beneficiarse por el desembolso que va a realizar. Por lo tanto partiendo de esta idea todo inversionista debe contar con una tasa de referencia sobre la cual basarse para hacer sus inversiones. Tasa de referencia es la base de comparación y de cálculo en las ecuaciones económicas que se haga, si no se obtiene cuando menos la tasa de rendimiento se rechaza la inversión.

El capital que forma esta inversión puede provenir de varias fuentes: instituciones de crédito y dinero del inversionista mismo⁷⁷. Cualquier persona antes de invertir siempre tiene en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta la cual se llama tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR). Según Baca Urbina en su libro Evaluación de proyecto, 5^{ta} edición, cuarta parte, pág. n° 194, se define la TMAR de la inversión como:

$$TMAR = i + f + if ; TMAR = 0,20 + 0,07 + 0,20 * 0,07 = 28.4\%$$

Donde

i = premio al riesgo⁷⁸

f = inflación

Para determinar la $TMAR_{MIXTA}$ es necesario conocer los porcentajes siguientes: la inversionista del mini - supermercado TISMITA considerando un premio de riesgo del 20%, la tasa inflacionaria pronosticada para el periodo 2015-2019 es de 7%, resultando la TMAR de los inversionistas de 28.4 %, en este proyecto se utilizara la TMAR de 28% y la tasa del banco de la producción (BANPRO) es de 15 % anual, para obtener la $TMAR_{MIXTA}$ se utilizara la siguiente formula:

$$TMAR_{mixta} = \% AP * TMAR_{inv} + \% Finan * i$$

⁷⁷ Ingeniería económica, Gabriel Baca Urbina, editorial Mc Graw Hill.

⁷⁸ Evaluación de proyecto Baca Urbina, pág. 197.



Donde:

AP: es el aporte de los socios (inversionistas), es la diferencia que resulta de la inversión total menos el préstamo (Aporte propio C\$ 1, 517,396.14)

FINANCIAMIENTO: 39% de la inversión de activo fijos.

IT: Inversión total.

i: Tasa de interés del banco

%AP= Aporte propio/ IT = 1, 517,396.14 / 2, 479,844.57 = 61%

TMAR_{INV} = TMAR del inversionista

% FINAN = Financiamiento/ IT = 962448.43/2, 479,844.57 = 39%

Sustituyendo los datos anteriores se obtiene

$$TMAR_{mixta} = (61\% * 28\%) + (39\% * 15\%) = 22.93 \%$$

3.12. FINANCIAMIENTO

Una empresa está financiada cuando ha pedido capital prestado para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas. Los préstamos ayudan a amortiguar los impuestos ya que las leyes tributarias permiten deducir de los impuestos los intereses pagados por deudas adquiridas por la propia empresa.

3.12.1. TABLA DE PAGO DE LA DEUDA

El banco de la producción financiera como máximo un 39 % de la inversión fija que incluye activo fijo del minisúper y activo fijo de oficina y ventas cuyo monto es de C\$ 962,448.43⁷⁹.

A continuación se muestra la tabla de amortización del préstamo correspondiente (como el banco cobra intereses cada mes, y este interés se debe reflejar en los estados de resultado cada año, se sumaron los intereses en grupo de doce para obtenerlos anualmente, por ejemplo: del mes 1 al mes 12 corresponde al año 1, en donde el capital representa el pago el principal y el interés el costo de financiamientos):

⁷⁹ Detalles del préstamo. Ver tabla N° 70.



3.13. ESTADO DE RESULTADO CON FINANCIAMIENTO

Una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas. En este país, las leyes tributarias permiten deducir de impuestos los intereses pagados por deudas adquiridas por la propia empresa. Esto implica que cuando se pide un préstamo, hay que saber hacer el tratamiento fiscal adecuado a los intereses y pago a principal, lo que es un aspecto vital al momento de realizar la evaluación económica. En la tabla de proforma se muestra a parte de los ingresos y el costo el pago de la deuda se puede observar los interés y el pago principal.

El estado de resultados con financiamiento refleja las utilidades que tiene el minisúper a lo largo de 5 años de proyección después de haber deducido todos los costos y gastos que incurre la empresa incluyendo las cuotas de pagos del préstamo.

Tabla N° 76. Estado de resultado con financiamiento

ESTADO DE RESULTADO CON FINANCIAMIENTO C\$						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos		22,197,446.7	24,306,204.14	26,615,293.53	29,143,746.42	31,912,402.33
(-) Costo de ventas		17,757,957.36	19,444,963.31	21,292,234.82	23,314,997.13	25,529,921.86
(=) Utilidad bruta		4,439,489.34	4,861,240.83	5,323,058.71	5,828,749.29	6,382,480.47
(-) Gastos de ventas		1,270,910.09	1,287,466.97	1,297,545.78	1,284,790	1,296,236.44
(-) Gastos administrativos		1,343,957.18	1,371,119.92	1,392,333.86	1,393,525.86	1,417,426.57
(-) Gastos pre operativos		96,470.52				
(-) Costo de financiamiento		135,018.91	99,755.21	86,479.71	56,213.14	21,080.52
(-) Depreciación		259,362.76	259,362.76	217,499.81	217,499.81	217,499.81
(-) Amortización		32,323.34	32,323.34	32,323.34		
(-) 1% ALMYA		221,974.47	243,062.04	266,152.94	291,437.46	319,124.02
(=) UAI		1,301,446.54	1,811,212.63	2,296,876.21	2,876,720.48	3,430,237.13
(-) Impuesto 30 %		390,433.96	543,363.79	689,062.86	863,016.14	1,029,071.14
(=) UDI		911,012.58	1,267,848.84	1,607,813.35	2,013,704.34	2,401,165.99
(+) Depreciación		259,362.76	259,362.76	217,499.81	217,499.81	217,499.81
(-) Pago al principal		139,740.14	143,757.31	188,279.34	218,545.9	253,395.73
(+) Amortización		32,323.34	32,323.34	32,323.34		
(+) Valor de rescate						59,355
(+) Capital de trabajo						842,222.96
(=) FNE C\$		1,062,958.54	1,415,777.63	1,669,357.16	2,012,658.25	3,266,848.03



3.13.1. BALANCE GENERAL⁸⁰

En el balance inicial se puede observar que la inversión total conformada por la suma de la inversión fija y diferida más el capital de trabajo asciende a **C\$2, 458,168.98**, donde el préstamo obtenido comprende el 39% de la inversión total es decir **C\$962,448.43**. El capital de trabajo con el cual contará la empresa para iniciar funcionamiento es de **C \$1, 495,720.55** el cual será aportado por el inversionista.

Tabla N° 77. Balance general.

Activos			Pasivos		
Activos Corriente			Pasivos		
					962,448.43
Caja y bancos C\$	866,369.37		Préstamo C\$	962,448.43	
Subtotal C\$	866,369.37		Total de Pasivos C\$	962,448.43	
Activos Fijos C\$			Patrimonio C\$	1,495,720.55	
Activos Tangibles C\$	1,419,029.62		Aporte propio C\$	1,495,720.55	
imprevistos 5% C\$	75,799.98				
Activos diferidos C\$					
Activos Intangibles C\$	96,970.01				
Total de Activos Fijos C\$	1,515,999.63				
Total de Activos C\$		2,458,168.98	Total de Pasivos + Capital C\$		2,458,168.98

⁸⁰ Evaluación de proyecto Baca Urbina, cuarta parte pág. 204

3.14. CRONOGRAMA DE INVERSIONES

Cuando se habla del cronograma, denominamos también calendario de inversiones, nos referimos a las estimaciones del tiempo en que se realiza las inversiones fijas, diferidas y de capital de trabajo, así como a la estructura de dicha inversiones.

Es conveniente construir un programa de instalación de la empresa desde las primeras actividades de compra o alquiler ya sea del terreno o del local, hasta el mes en que probablemente sea puesta en marcha la actividad productiva de la empresa.

En el caso del Mini – supermercado TISMITA, una vez concluido el estudio y actividades correspondientes a la etapa de preparación e ingeniería del proyecto, la implementación podría iniciarse con el alquiler del local, seguirá con la construcción del anexo necesario, obtención de los equipos e instrumentos y su respectivo montaje e instalación y concluirá con la puesta en marcha.

Tabla N° 78. Cronograma de inversiones.

CRONOGRAMA DE INVERSIONES																		
ACTIVIDAD	AÑO 2014												AÑO 2015					
	MES												MES					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6
Elaboración del Estudio de pre factibilidad																		
Constituir la Empresa																		
Tramitación del Financiamiento																		
Contrato de arrendamiento del terreno																		
Construcción de obras civiles																		
Compra de Maquinaria y Mobiliario																		
Recepción de la Maquinaria																		
Instalación de la Maquinaria																		
Recepción del vehículo																		
Prueba de arranque																		
Inicio de operaciones del Mini-súper																		



3.15. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO

Se logró determinar los costos de ventas de todo el mini-supermercado, la cual fue determinada con los rangos que están dispuestos las personas a pagar, resultado arrojado por la encuestas, dando un resultado de **C\$ 28, 147,811.2**.

Para la determinación de los gastos administrativos se incluyó salarios del gerente, secretaria, Responsable de compras, responsable de administración, cajeros, así como alquiler, costo de agua, luz, teléfono, artículos de oficina, control de plaga, y otros gastos de uso personal del mini-súper, resultando un costo de **C\$ 1,343,957.18** para el año 2015.

Se determinaron los gastos de ventas, con sus respectivos factores como lo son el salario del personal de venta (Resp. De productos perecederos, Displayer, Afanadora, Guarda de seguridad, Chofer), además de mantenimiento, combustible y publicidad deduciendo un costo de **C\$ 1, 270,910.09**.

Se logró determinar los gastos de inversión fija y diferida, en la que la fija se divide equipos del minisúper, herramienta de producción y equipos de administración y venta con un costo de **C\$ 1, 419,029.62** y los diferidos con un costo de **C\$ 96,970.01**. Se logró definir la TMARmixta, con la TMAR del inversionista que fue de 28%, con una aportación de 61%(incluyendo los 7% que representa la inflación) y la tasa de préstamo del Banco de 15%, con una aportación del 39%, resultando una TMARmixta de 22.93%.



4. ANALISIS FINANCIERO

4.1. INTRODUCCION

El análisis financiero integra todos los componentes del estudio para permitir la determinación de su pre factibilidad, esta medirá la rentabilidad que retorna a la inversión todo medido en bases monetarias.

Teniendo en cuenta el estado de resultados de los flujos netos de efectivo a través de los años se determina la factibilidad económica del proyecto, conociendo de antemano el tamaño óptimo del proyecto. Las variables a encontrar son las siguientes:

TMAR (Tasa De Mínima Aceptable De Rendimiento): tasa referida como mínima de ganancia sobre la inversión inicial.

VPN (Valor Presente Neto): es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos netos de efectivos con y sin financiamiento a la inversión inicial.

TIR (Tasa Interna De Rendimiento): la tasa que iguala a la suma de los flujos neto de efectivo a la inversión inicial, y tasa de descuentos para la cual el VPN es igual a cero.

Para culminar se realizará un análisis de sensibilidad tomando en cuenta diferentes escenarios o variable económicas que según el análisis pueden ser incrementadas o disminuidas con el propósito de conocer que tan sensible es el proyecto ante los cambio antes los distintos escenarios económicos.



4.2. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Determinar la rentabilidad financiera del minisúper TISMITA utilizando valor presente neto (VPN) y la TIR, análisis financiero.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Determinar la tasa mínima atractiva de rendimiento (TMAR).
- Calcular el periodo de recuperación del capital con y sin financiamiento.
- Determinar la tasa interna de rendimiento (TIR) con y sin financiamiento.
- Realizar análisis de sensibilidad del proyecto Mini-supermercado TISMITA.

4.3. EVALUACIÓN DEL PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO

Valor presente neto (VPN) sin financiamiento.

El cálculo presente neto permite al inversionista conocer si la inversión que va a realizar tendrá ganancias a través de los años. Es un método de evaluación que consiste en descontar los flujos netos de efectivos mediante una tasa de descuento y restarlos de la inversión inicial que dio origen a dichos flujos. Todo esto a su valor equivalente en un solo instante de tiempo que es el presente y el criterio de aceptación es el siguiente. Se calculará el valor actual del dinero tomando en cuenta el horizonte de evaluación que es de cinco años en el presente estudio. El criterio de aceptación, es el siguiente:

Si **VPN > 0** Acepta la Inversión

Si **VPN < 0** Rechazar la Inversión

Si **VPN = 0** se acepta el proyecto ya que se estaría ganando exactamente la TMAR.

Para realizar este cálculo se toman los datos del estado de resultados sin Financiamiento, que fue el primero que se calculó. La Ecuación a utilizar para el cálculo del valor presente neto (VPN) es la siguiente:

$$VPN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNE_n + RA}{(1+i)^n}$$

VPN: Valor Presente Neto

P: Inversión Inicial

FNE: Flujo Neto de Efectivo de cada año (i = 1...5)

i: Interés anual (TMAR)

RA: Recuperación de Activos (VS + terreno + Capital de Trabajo)

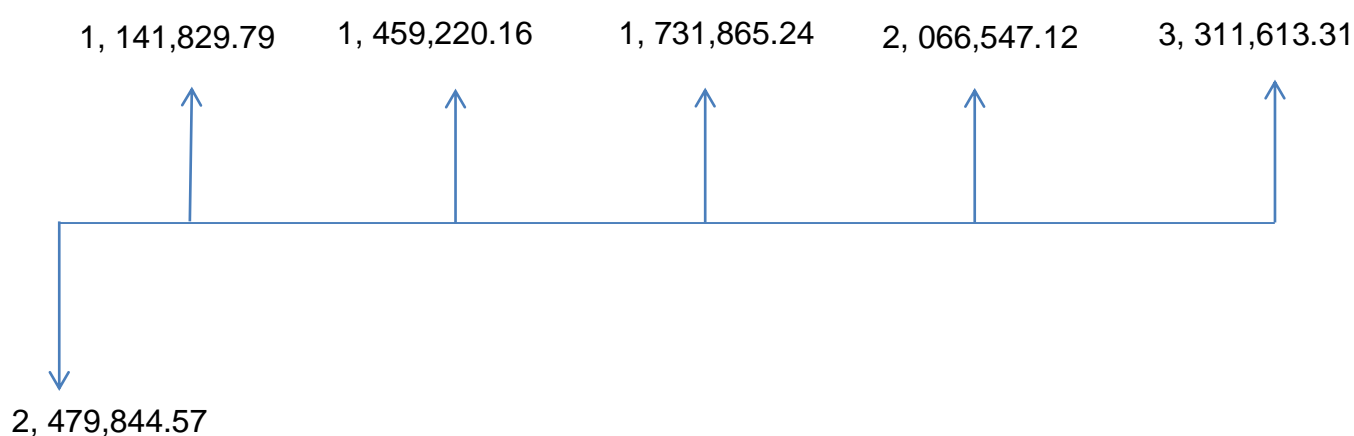
La TMAR (tasa mínima atractiva de rendimiento) a utilizarse es la de 28% anual. En el presente proyecto la inversión inicial a realizarse es de **C\$2, 479,844.57** y los flujos netos de efectivos son los siguientes:

Tabla N° 79. Flujos Netos de Efectivo sin financiamiento.

Flujos netos	Montos (C\$)
FNE1	1,141,829.79
FNE2	1,459,220.16
FNE3	1,731,865.24
FNE4	2,066,547.12
FNE5	3,311,613.31

Fuente : Tabla N° 75. Estado de resultado sin financiamiento

Grafico N° 28



El **VPN_{sf}** con inflación dio como resultado la cantidad de **C\$ 1, 883,995.66** lo que significa que la inversión se acepta pues cumple con la condición **VPN>0**

4.3.1.TASA INTERNA DE RENDIMIENTO (TIR) SIN FINANCIAMIENTO

Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Se le llama tasa interna de rendimiento porque supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad, es decir se trata de la tasa de rendimiento generada en su totalidad en el interior por medio de la reinversión.

El criterio de aceptación que emplea de la TIR es el siguiente:

- Si $TIR > TMAR$ se acepta la inversión lo que significa que el rendimiento de la empresa es mayor que el mínimo fijado como aceptable por lo tanto la inversión es económicamente rentable.
- Si la $TIR < TMAR$ no se acepta la inversión ya que no resulta rentable.

A continuación se presenta la expresión que se usa para el cálculo de la TIRsf:

$$VPN = 0; 0 = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNE_n + RA}{(1+i)^n}$$

VPN= Valor Presente Neto

P = Inversión Inicial

FNE_i =Flujo Neto de Efectivo de cada año ($i=1\dots7$)

i = Interés anual (T MAR)

RA= Recuperación de Activos.

En la siguiente tabla se muestra los cálculos del valor presente neto sin financiamiento (VPN), el plazo de recuperación de la inversión (n) en años y la tasa interna de rendimiento (TIR).

Tabla N° 80. Cálculo Del VPN, Plazo de Recuperación y TIR

FNEtotal	C\$ 4,342,164.64
VPN	C\$ 1,862 ,320.07
TIR	22%
N	2 año y 10 meses



Usando las herramientas de Excel la TIR calculada es la siguiente:

TIR_{sf} = 22%

Como ya se había mencionado la TMAR sin financiamiento es igual a 28%, dado que la TIR=22% resulta ser menor que la TMAR (**TIR<TMAR**), entonces no se acepta la inversión siendo la empresa **TISMITA** económicamente no rentable.

El plazo de recuperación de la inversión (PRI) es el tiempo necesario para que el proyecto amortice así mismo el capital invertido. Periodo en el cual se tiene el tiempo para recuperar la inversión.

Se calcula mediante la interpolación que es el primer flujo de C\$ 892,054.52 que equivale al año 1, luego se busca un valor mayor que la inversión que equivale a C\$ 260,850.53 que es el año 3 interpolando da el siguiente resultado:

Tabla N° 81. Interpolación sin financiamiento.

N	C\$
1	892,054.523
2.85	2,479,844.57
3	2,608,509.53

El plazo de recuperación de la inversión va a ser igual a 2.85 años, equivalente a 2 años con 36 días.

4.4. EVALUACIÓN DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO

En el caso de recurrir a un préstamo o financiamiento bancario, la inversión (P) será menor.

Determinación del Costo De Capital o Tasa Mínima Aceptable De Rendimiento (TMAR)

La TMAR que se debe considerar para el VPN_{CF} se llama TMAR mixta, debido a que ahora se tiene una combinación de dos capitales para hacer la inversión, las cuales son: Capital propio o inversionista y capital del préstamo. La TMAR mixta se calcula como un promedio ponderado de los costos de capital.

Para el cálculo de la TMAR mixta se consideró, que el 34% del monto de la inversión será aportado por el banco, y el restante 66% se considera como inversión propia del inversionista.

Tabla N° 82. Porcentajes de Aportación de banco e inversionista.

Concepto	Monto C\$	PORCENTAJE %
Aportación del banco	962,448.43	39%
Aportación del inversionista	1,517,396.14	61%
total de la inversión	2,479,844.57	100%

Fuente: Tabla N° 70. Porcentaje de aportación.

$$TMAR_{mixta} = \% AP * TMAR_{inv} + \% Finan * i$$

$$MAR_{mixta} = (61\% * 28\%) + (39\% * 15\%) = 22.93 \%$$

VALOR PRESENTE NETO (VPN) CON FINANCIAMIENTO

$$VPN = -(P - P_p) + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNE_n + RA}{(1+i)^n}$$

P = Inversión inicial

P_p = préstamo del banco (aportación del banco)

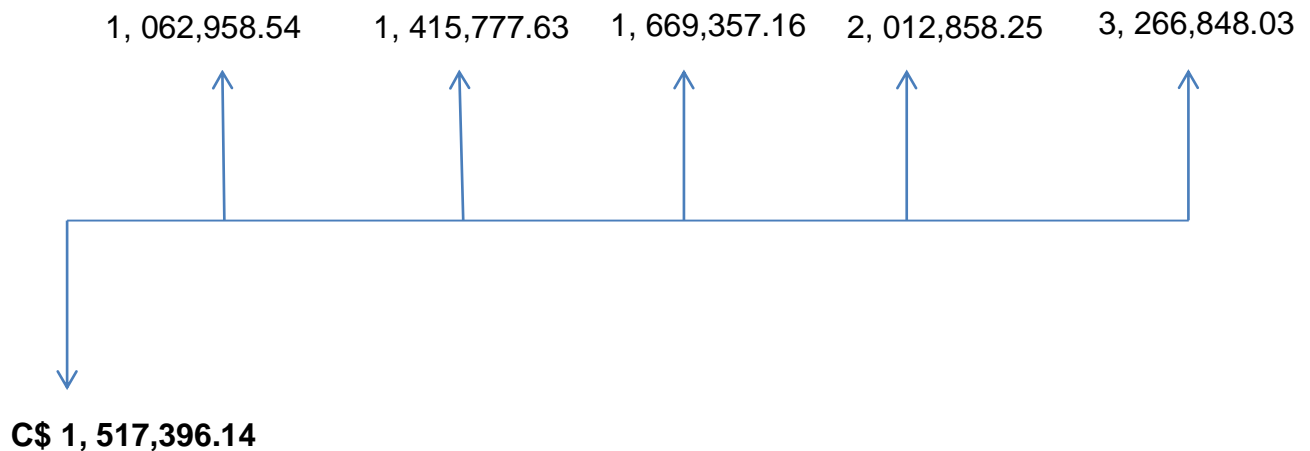
En el valor neto con financiamiento el proyecto contará con un porcentaje de financiamiento por la vía bancaria para la puesta en marcha del minisúper TISMITA.

Tabla N° 83. Flujo neto de efectivo con financiamiento.

Flujos netos	Monto C\$
FNE1	1,062,958.54
FNE2	1,415,777.63
FNE3	1,669,357.16
FNE4	2,012,658.25
FNE5	3,266,848.03

Fuente: tabla N° 76. Elaboración a partir de estado de resultado con financiamiento.

Gráfico N°29. Flujo neto de efectivo



El **VPNcf** con inflación dio como resultado la cantidad de **C\$ 3, 514,812.83**, lo que significa que la inversión se acepta pues cumple con la condición **VPN>0**. Por tanto si se observa los dos VPN, se puede concluir a simple vista que el mejor es el de mayor valor, por lo tanto es el VPN con financiamiento.

4.4.1. TASA INTERNA DE RENDIMIENTO (TIR) CON FINANCIAMIENTO

Para calcular la TIR con financiamiento se utiliza la misma formula

Donde P = inversión inicial menos la cantidad del préstamo.

$$VPN = 0; 0 = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNE_n + RA}{(1+i)^n}$$

En la siguiente tabla se muestra los cálculos del valor presente neto con financiamiento (VPN), el plazo de recuperación de la inversión (n) en años y la tasa interna de rendimiento (TIR).

Tabla N° 84. Cálculo Del VPN, Plazo de Recuperación y TIR

FNEtotalcf	5,032,208.97
VPN	C\$ 3,514,812.83
TIR	62%
N	1 año y 4 meses



Tabal N° 85. Interpolación

n	C\$
1	1151694.16
1.39	1517396.14
2	2088564.05

El plazo de recuperación de la inversión va a ser igual a 1.39 años, equivalente a 1 años con 4 meses y 20 días.

4.5. SELECCIÓN DE LA MEJOR ALTERNATIVA DE INVERSIÓN

La alternativa para invertir en el proyecto es con financiamiento ya que los parámetros de medición como el VPN y TIR resultan más altos como se puede observar en la tabla siguiente:

Tabla N° 86. Resumen indicadores financieros

Indicadores	Sin financiamiento	Con financiamiento
VPN	C\$ 1,862,320.07	C\$ 3,514,812.83
TMAR	28%	22.93 %
TIR	22%	62%
N	2.85 años	1.39 años

Fuente: Datos obtenidos a partir del estado de resultado con y sin financiamiento



4.6. APALANCAMIENTO FINANCIERO

El apalancamiento financiero es aquel que mide el grado en el que la empresa se ha financiado por medio de la deuda. Este indica el nivel de endeudamiento de una organización en relación con su activo o patrimonio. Se espera que la utilización de la deuda pueda aumentar la rentabilidad de la empresa. Se mide como la relación entre la deuda a largo plazo más capital propio.

El Apalancamiento financiero (AF) se determina mediante la siguiente fórmula:

$$AF = VPNCF - VPNSF$$

$$AF = \text{C\$ } 3,514,812.83 - \text{C\$ } 1,862,320.07$$

$$AF = 1,652,492.97$$

Factor de Apalancamiento (FAP)

$$FAP = AF / VPNSF = 1,652,492.97 / 1,862,320.07$$

$$FAP = 0.89$$

Este resultado nos indica que, debido a que el VPNCF es mayor, el factor de apalancamiento es 0.89 del VPNSF.



4.7. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad es una importante herramienta usada con el fin de determinar qué tan sensible es el proyecto ante los cambios de algunas variables económicas y de mercado.

Estas variaciones se dan según el comportamiento de la demanda, el aumento de los precios de los productos, del incremento de la inversión inicial entre otras condiciones en las cuales el proyecto es declarado sensible.

Se tomara en cuenta las siguientes variables:

- ❖ Disminución de la cantidad demandada.
- ❖ Incremento de la inversión.
- ❖ Disminución de la cantidad demandada e incremento de la inversión.

En cada una de ellas se tomara en consideración la compra del Terreno. Se pretende observar como varía el VPN y la tasa interna de rendimiento (con y sin financiamiento) al manipular las variables anteriormente mencionadas determinándose los niveles críticos que el proyecto puede soportar y aun ser rentables a lo largo del horizonte de evaluación.



4.7.1. DISMINUCIÓN DE LA CANTIDAD DEMANDADA.

La demanda está afectada por diferentes factores entre ellos la competencia, las preferencias de los consumidores, la crisis económica, entre otros. Debido a lo anteriormente mencionado es de vital importancia realizar el análisis de sensibilidad de la demanda, por lo que se analiza la disminución de la absorción de la demanda de un 30%, 25%, 20%, 15% y hasta un 10%.

Tabla N° 87. Análisis de Sensibilidad en la disminución de la absorción de la demanda.

SIN FINANCIAMIENTO			
ABSORCION	VPN	TIR	TMAR
30%	2228756.6	25%	28.4%
25%	822347.583	10%	28.4%
20%	-603869.97	-8%	28.4%
15%	-2010278.99	-30%	28.4%
10%	-3436496.58	-70%	28.4%

Fuente: Demanda de las diferentes líneas de productos ofertados.

La tabla anterior muestra el límite de factibilidad económica del proyecto, siendo el $VPN > 0$ Cuando la absorción de la demanda es de 30% y 25%, Como ya se había mencionado la TMAR sin financiamiento es igual a 28%, con estos porcentajes resulta ser menor que la TMAR ($TIR < TMAR$), entonces no se acepta la inversión siendo la empresa **TISMITA** económicamente no rentable. Al igual cuando el porcentaje de la demanda es de un 20%, 15%, 10% el $VPN < 0$ y la $TIR < TMAR$, provocando la caída del proyecto.

Tabla N° 88. Análisis de sensibilidad en la disminución de la absorción de demanda

CON FINANCIAMIENTO			
ABSORCION	TIR	VPN	TMAR MIXTA
30%	39%	2628371.44	23.576%
20%	19%	1153350.57	23.308%
20%	-6%	-362761.28	23.04%
15%	-39%	-1877725.98	22.772%
10%	#NUM!	-3434666.21	22.50%

Fuente: Demanda de las diferentes líneas de productos ofertados.

La tabla anterior muestra el $VPN > 0$ y la $TIR > TMAR$ Mixta cuando la absorción de la demanda es del 30% y 25% aceptándose así el proyecto; cuando el porcentaje de la demanda es de un 20%, 15%, 10% el $VPN < 0$ y la $TIR < TMAR$ mixta, provocando la caída del proyecto.

4.7.2.INCREMENTO DE LA INVERSIÓN

Esta alternativa se realizó con el objetivo de examinar que tan susceptible es el proyecto contemplando cambios en los costos de inversión inicial debido a variaciones en la economía del país y los mercados.

Tabla N° 89. Análisis de sensibilidad con el incremento de la Inversión inicial.

SIN FINANCIAMIENTO			
INCREMENTO	VPN	TIR	TMAR
5%	2094967.098	22%	28.4%
10%	1961177.595	20%	28.4%
15%	1827388.093	18%	28.4%
20%	1693598.59	16%	28.4%
25%	1559809.088	14%	28.4%
30%	1426019.585	13%	28.4%



La tabla anterior muestra el límite de factibilidad económica del proyecto, siendo el $VPN > 0$, con el incremento del 5%, 10%, 15%, 20%, 25%, 30%, y la $TMAR$ sin financiamiento es igual a 28%, con estos porcentajes resulta ser menor que la $TMAR$ ($TIR < TMAR$), entonces no se acepta la inversión siendo la empresa **TISMITA** económicamente no rentable, provocando la caída del proyecto.

Tabla N° 90. Análisis de sensibilidad con el incremento de la Inversión inicial.

CON FINANCIAMIENTO			
INCREMENTO	VPN	TIR	TMAR MIXTA
5%	2464934.84	35%	23.844%
10%	2316437.56	31%	23.978%
15%	2153461.46	27%	24.246%
20%	2005192.14	24%	24.38%
25%	1856997.81	22%	24.514%
30%	1708877.97	19%	24.648%

La tabla anterior muestra el $VPN > 0$ y la $TIR > TMAR$ MIXTA cuando el incremento de la inversión inicial es del 5%, 10% y 15% aceptándose así el proyecto; cuando el porcentaje de incremento de la inversión inicial es de un 20%, 25% y 30% el $VPN > 0$ y la $TIR < TMAR$ MIXTA, provocando la caída del proyecto.



4.8. ANALISIS DE SENCIBILIDAD EVALUANDO LOS DOS ESCENARIOS.

Tabla N° 91. Análisis de Sensibilidad sin financiamiento

SIN FINANCIAMIENTO				
INCREMENTO DE LA INVERCION INICIAL	DISMUNUCION DE LA DEMANDA	VPN	TIR	TMAR
5%	30%	2094967.098	22%	28.40%
5%	25%	694680.9165	8%	28.40%
5%	20%	-725327.5575	-9%	28.40%
5%	15%	-2125613.739	-31%	28.40%
5%	10%	-3545622.253	#¡NUM!	28.40%
10%	30%	1961177.595	20%	28.40%
10%	25%	567014.253	6%	28.40%
10%	20%	-846785.145	-10%	28.40%
10%	15%	-2240948.488	-31%	28.40%
10%	10%	-3654747.926	-70%	28.40%
15%	30%	1827388.093	18%	28.40%
15%	25%	439347.5895	5%	28.40%
15%	20%	-968242.7325	-11%	28.40%
15%	15%	-2356283.237	-32%	28.40%
15%	10%	-3763873.599	#¡NUM!	28.40%
20%	30%	1693598.59	16%	28.40%
20%	25%	311680.926	3%	28.40%
20%	20%	-1089700.32	-12%	28.40%
20%	15%	-2471617.986	-33%	28.40%
20%	10%	-3872999.272	-70%	28.40%
25%	30%	1559809.088	14%	28.40%
25%	25%	184014.2625	2%	28.40%
25%	20%	-1211157.908	-13%	28.40%
25%	15%	-2586952.735	-33%	28.40%
25%	10%	-3982124.945	-70%	28.40%
30%	30%	1426019.585	13%	28.40%
30%	25%	56347.599	1%	28.40%
30%	20%	-1332615.495	-14%	28.40%
30%	15%	-2702287.484	-34%	28.40%
30%	10%	-4091250.618	#¡NUM!	28.40%

La tabla anterior muestra la comparación de dos supuestos, en la cual se observa claramente que en todos los porcentajes en los que se evaluó la sensibilidad reflejan que el proyecto no resulta factible económicamente y se concluye que el proyecto es sensible a dichos cambios.



Tabla N° 92. Análisis de Sensibilidad Con financiamiento

CON FINANCIAMIENTO				
INCREMENTO DE LA INVERCION INICIAL	DISMUNUCION DE LA DEMANDA	VPN	TIR	TMAR MIXTA
5%	30%	2464934.84	35%	23.84400%
5%	25%	1005660.57	15%	23.57600%
5%	20%	-494283.99	-8%	23.30800%
5%	15%	-1993110.71	-40%	23.04000%
5%	10%	-3533481.79	#¡NUM!	22.77200%
10%	30%	2316437.56	31%	23.97800%
10%	25%	858185.34	12%	23.84400%
10%	20%	-625689.05	-10%	23.57600%
10%	15%	-2108476	-41%	23.30800%
10%	10%	-3632380.19	#¡NUM!	23.04000%
15%	30%	2153461.46	27%	24.24600%
15%	25%	720694.02	10%	23.97800%
15%	20%	-756978.12	-12%	23.84400%
15%	15%	-2223822.31	-41%	23.57600%
15%	10%	-3731360.53	#¡NUM!	23.30800%
20%	30%	2005192.14	24%	24.3800%
20%	25%	573535.52	8%	24.24600%
20%	20%	-883308.47	-13%	23.97800%
20%	15%	-2339155.84	-42%	23.71000%
20%	10%	-3835443.98	#¡NUM!	23.44200%
25%	30%	1856997.81	22%	24.51400%
25%	25%	436200.97	6%	24.38000%
25%	20%	-1009610.41	-14%	24.11200%
25%	15%	-2454474.4	-42%	23.97800%
25%	10%	-3934545.54	#¡NUM!	23.71000%
30%	30%	1708877.97	19%	24.64800%
30%	25%	298917.96	4%	24.51400%
30%	20%	-1140672.37	-16%	24.38000%
30%	15%	-2569794.27	-43%	24.11200%
30%	10%	-4038689.11	#¡NUM!	23.84400%

La tabla anterior muestra la comparación de dos supuestos, en la cual se observa cuando la absorción de la demanda es de un 30% se acepta el proyecto siempre y cuando el incremento de la inversión inicial sea en 5, 10, 15% reflejan que el proyecto resulta factible económicamente y se concluye que el proyecto es sensible a dichos cambios.



CONCLUSION DEL ANALISIS FINANCIERO

Se realizó cálculos de flujo neto de efectivo; sin financiamiento los flujos netos oscilan desde **C\$1,141,829.79** córdobas para el año 2015 hasta **C\$3,311,613.31** córdobas correspondientes al año 2019. El flujo neto de efectivo con financiamiento es de **C\$ 1,062,958.54** córdobas para el año 2015 y para el último año de evaluación es de **C\$ 3,266,848.03** córdobas.

Las técnicas aplicadas como son el valor presente neto (VPN) y la tasa interna de retorno (TIR) sin financiamiento concluyen visiblemente que el proyecto no es económicamente factible, sin embargo con financiamiento concluye que el proyecto es económicamente factible, ya que el VPNsf es de **C\$ 1,862 ,320.07** córdobas y VPNcf asciende a **C\$ 3, 514,812.83** córdobas. Se observa que la (TIR) sin financiamiento es menor que a la TMAR y la TIR con financiamiento es mayor que la TMAR Mixta; la TIRsf (22%) y la TMARsf (28%), mientras que la TIRcf (62%) y la TMARcf (22.93%). Además que la recuperación del proyecto sin financiamiento es de 2 años y 10 meses a diferencia de con financiamiento que es de 1 año y 4 meses. La alternativa para invertir en el proyecto es con financiamiento ya que los parámetros de medición como el VPN y TIR resultan más altos

El apalancamiento financiero dio como resultado $AF = 1, 652,492.97$, siendo este el grado en el que la empresa se ha financiado por medio de la deuda. Con este resultado se calculó el Factor de Apalancamiento $FAP = 0.89$ nos indica que, debido a que el VPNcf es mayor, el factor de apalancamiento es 0.89 del VPNsf.

El análisis de sensibilidad se realizó estimando la compra del terreno en los dos escenarios con disminución de la demanda del 30, 25, 20, 15,10 y 5% y se logró constatar que el proyecto es sensible a la disminución de la demanda en el análisis sin financiamiento, en cambio con financiamiento el proyecto solo es rentable con la disminución de la demanda como máximo al 25% para que continúe siendo rentable.



ESTUDIO DE GESTIÓN AMBIENTAL

Introducción

El presente capitulo es un estudio ambiental en el cual se determinó según el decreto SISTEMA DE EVALUACIÓN AMBIENTAL DECRETO No. 76-2006, aprobado el 19 de diciembre de 2006. Se establece III⁸¹ categorías para poder implementar un estudio de gestión ambiental, debido a que se considera una industria que en función de la naturaleza del proceso del Mini-supermercado tiene bajos efectos ambientales, se considera según el art 7 de dicho decreto que es un proyecto de bajo impacto ambiental por lo que no es necesario hacer un estudio del mismo.

En Nicaragua se creó la legislación del sistema de Evaluación de impacto ambiental en el año 1994 con decreto N° 45-95, en el artículo 5⁸², no incluyen a las empresa de servicio como minisúper y supermercado, razón por la cual no se realizara un estudio de impacto ambiental.

Pero cabe destacar que el minisúper contara con un plan de control de plaga en caso que exista en las instalaciones (roedores, cucarachas) que puedan echar a perder los productos que se ofrecerán. Dicho uso de plaguicida será aplicada 433 m2 cuadrado lo cual no causara daños al ambiente y será dentro de las instalaciones del Minisúper.

Conclusión de Gestión ambiental

Se concluye que por la naturaleza del proyecto no está sujeta a un estudio impacto ambiental, cabe destacar que el mini-supermercado contará dentro de sus costos con un plan de control de plaga mensualmente para evitar desperdicio y contaminación de los producto que se van a exhibir, causado por roedores y cucarachas.

⁸¹ Ver anexo N° 18 páginas N° 127 .explicación de la ubicación de categoría.



CONCLUSIÓN GENERAL

- 1.- Del **estudio de mercado** se puede concluir que la instalación del Mini-supermercado Tismita tiene una aceptación del 100 %, debido que no existe en la zona un establecimiento de este tipo que ofrezca a los hogares la facilidad de adquirir sus víveres en Tisma sin tener que viajar hasta Masaya, se determinaron los canales de distribución, siendo este Mayorista – Detallista-Consumidor.
- 2.- Desde el punto de vista **Técnico** el proyecto es realizable ya que están a disposición en el mercado nacional las herramientas y equipos que se requieren para la instalación del Mini-supermercado **Tismita**, se determinó la macro y micro localización en la Zona central del municipio de Tisma, se diseñó flujograma de servicio que contara el minisúper además del organigrama del mismo mostrando los distintos cargos y finalmente se definió el marco legal por la cual se registrará Mini-supermercado Tismita.
- 3.- En el **Estudio Financiero y Análisis Financiero** se calculó el costo de administración y venta, activos fijos y diferidos, capital de trabajo y la inversión para los primeros quince días de operación del minisúper, se estableció la TMAR de los inversionista siendo este de 28% y la tasa de interés del banco de 15 % con un préstamo del 39 %, resultando una TMARmixta de 22.93%. Cuando se calcularon los flujos netos de efectivos (FNE) resultaron positivos al igual que el VPN lo que significa que el proyecto es rentable, pero cabe mencionar que al analizar el estado de flujo tanto con financiamiento como sin financiamiento se logró detectar mediante la TIR que la mejor decisión a la hora de invertir en el proyecto es con financiamiento ya que en este caso la TMARmixta es mayor que la TIR.



4.- En el **estudio de Gestión ambiental** se llegó a la conclusión de que el proyecto se considera de bajo impacto ambiental por lo que no fue necesario realizar un plan de gestión ambiental ya que no perjudicara al ambiente ni a la sociedad.



RECOMENDACIONES

- 1.- Cotizar la instalación y compra de tanque de agua.
- 2.- Al llevar a cabo el proyecto hacerlo mediante la vía del financiamiento ya que según el estudio es la mejor decisión para que sea rentable.
- 3.- Buscar y mantener la fidelidad de los proveedores para mantener los costos de inversión inicial.
- 4.- Realizar promociones constantes para despertar y mantener el interés de compra de los hogares, estas decisiones hacen más atractivos los negocios.
- 6.- Investigar a fondo la oferta para poder calcular el balance oferta- demanda.
- 7.- Incluir en los ingresos el alquiler de la farmacia, y cotizar productos farmacéuticos.
- 8.- realizar cotización de control de Servicios de aguas residuales.



GLOSARIO

Empresa: es el edificio, las instalaciones físicas y sus alrededores que se encuentran bajo el control de una misma administración.

Displayer: Se encarga de rotular y acomodar los productos en los estantes de acuerdo a su clasificación y vigilar los mismos.

Góndola: Tipo de mueble dispuesto a modo de pared para exhibir productos al consumidor en los puestos de ventas.

Alto impacto ambiental: impacto ambiental preestablecido de forma aproximada que considera un alto riesgo para el medio ambiente obtenido a partir de considerar actuaciones similares que ya se encuentran en operación.

Bajo impacto ambiental potencial: impacto ambiental preestablecido de forma aproximada que considera un bajo riesgo para el medio ambiente obtenido a partir de considerar actuaciones similares que ya se encuentran en operación.

Estudio de impacto ambiental (EIA): Conjunto de actividades técnicas y científicas destinadas a la identificación, predicción y control de los impactos ambientales de un proyecto y sus alternativas, presentándose en forma de informe técnico y realizado según los criterios establecidos por las normas vigentes, cuya elaboración estará a cargo de un equipo interdisciplinario, con el objetivo concreto de identificar, predecir los impactos al medio ambiente.



Impacto ambiental potencial: Cualquier alteración negativa o positiva probable que podría ocasionar la implantación de un proyecto, obra, actividad o industria sobre medio físico, biológico y humano. El impacto ambiental potencial puede ser preestablecido de forma aproximada tomando en consideración el riesgo que se obtiene a partir de considerar actuaciones similares que ya se encuentran en operación. El impacto ambiental potencial permite clasificar los proyectos, obras, actividades o industrias en categoría según los efectos ambientales que estas actuaciones puedan generar.

Impacto ambiental: Cualquier alteración significativa positiva o negativa de uno o más de los componentes del ambiente provocados por la acción humana y /o por acontecimientos de la naturaleza en una área de influencia definida.

Permiso ambiental: Es el acto administrativo que dicta la autoridad competente, a petición de parte, según el tipo de actividad de conformidad con el artículo 2 del presente decreto, el que certifica que desde el punto de vista de la protección del ambiente, la actividad se puede realizar bajo condicionamiento de cumplir las medidas establecidas en dicho permiso.

Energía: Importe en C\$ correspondiente al consumo de energía del periodo.

Cargo por comercialización: Costo fijo asociado a los servicios de lectura de medidores, facturación y cobro.

Alumbrado público: importe correspondiente al servicio de alumbrado público que este ubicado a 100 metros a la redonda de la ubicación del suministro.



Regulación INE: Cargo del 1 % sobre los conceptos de:

- ❖ Energía activa
- ❖ Demanda
- ❖ Bajo factor de potencia
- ❖ Alumbrado publico
- ❖ Comercialización.

Impuesto general al valor agregado (IVA): Retención del 15% aplicable a todas las tarifas, sobre los siguientes conceptos:

- ❖ Energía activa
- ❖ Demanda
- ❖ Bajo factor de potencia
- ❖ Alumbrado público
- ❖ Comercialización
- ❖ Producto exhibidos
- ❖ Regulación INE.



BIBLIOGRAFÍA

- Kotler Philip / Armstrong Gary; Mercadotecnia; PRENTICE HALL; Sexta edición; México; 1996.
- Yalzel Talla Aguilar, Damaris Paz Aguilar, Aritza Molina Jose. Estudio de pre factibilidad para la instalación de una empresa marinadora de carne de Peli buey en el municipio de Managua. Octubre 2011.
- Baca Urbina Gabriel; Evaluación de proyectos Mc Graw – Hill México; 2006 5ta edición.
- Elia Molina Melgara, Valeska López Murillo. Estudio de pre factibilidad para la instalación de un Mini-súper ubicado en el Barrio el Rosario de la ciudad de Estelí. Julio 2010.
- Chain Sapag Reynaldo/ Chain Nassir Sapag. Formulación y evaluación de proyecto.Mc Graw Hill.
- Código del trabajo. Opilación de ley y normativa en materia de higiene y seguridad del trabajo, extracto selecto de la ley N° 185, pág. N° 486.
- Ley 618, Ley General de Higiene y Seguridad del Trabajo.
- Ley de concertación Tributaria y sus reformas. Porcentaje de depreciación
- Rodríguez Cairo Bao García, Cadenas Lucero .Formulación y evaluación de proyecto. Limusa.
- Sampieri Hernández Roberto / Fernández collado Carlos / Baptista Lucio Pilar; *Metodología de la investigación*; Mc. Graw – Hill México; 1996



- Oriana Pérez, Jessica Santana. Estudio de pre factibilidad para la instalación de una Ferretería en el Municipio de Ciudad Sandino departamento de Managua. Julio 2011.

Páginas Web:

- www.minsa.com.ni
- www.mific.gob.ni
- www.bcn.gob.ni
- www.enacal.gob.com



ANEXO N°1.

Información brindada por Alcaldía Municipal de Tisma

Comarca	Centro Comarcal	Comunidades	Área(Km ²)	Habitantes	# de viviendas
Tisma con su área de influencia	Tisma Urbano	San Jerónimo	12.45	429	65
		San Ramón	11.06	1,238	320
		Santa Cruz	13.76	1007	285
		Ríito	8.03	355	52
		El Cielo	8.58	281	28
		Zona Norte	17	3,200	420
		Zona Central	3	1,300	656
		Zona Sur	15.43	2,152	175
		Sub Total	89.31	9962	2001
Tisma Sur	El palenque	La Piedra	11.57	561	102
		Veinticuatro	6.11	792	42
		El Palenque	3.84	875	310
		Las Cortezas	3.62	495	235
		Sub total	25.14	2723	689
La Montañita	La Montañita N1°	MontañitaN°1	8.72	1,321	340
		MontañitaN°2	3.14	1,155	285
		Sub Total	11.86	2476	625
Total			126.31	15161	3315



ANEXO N° 2



UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA
RECINTO UNIVERSITARIO PEDRO ARAUZ PALACIO
UNI-RUPAP

Nos encontramos realizando un estudio de mercado para determinar la factibilidad de la creación de un supermercado en Tisma, para lo cual requerimos de su colaboración al responder las siguientes preguntas.

Datos Generales.

1.-Sexo

a.- Femenino____

b.- Masculino____

2.- Edad

a.-16-25____

b.- 26-35____

c.- 36-45____

d.- 46-70____

3.- ¿Cuántos miembros componen su familia?

a.- Dos____

b.- Tres____

c.- Cuatro____

d.- Cinco____

e.- Indicar cantidad____

4.- ¿Quiénes realizan las compras en su hogar?

a.- Padre____

b.- Madre____

c.- Persona del núcleo familiar____

d.- Personal de servicio____

5.- ¿A qué lugares acude para adquirir sus víveres?

a.- Supermercados____

b.- Mercado____

c.- Pulperías____

d.- Abarroterías____

6.- Si usted "No" compra en supermercado ¿Por qué no lo hace?

Si su respuesta es "No" pase a la pregunta nº 9

7.- ¿Cuáles de los siguientes lugares frecuenta?



- a.- Pali____
- b.- Maxi pali____
- c.- Minisúper abarca____
- d.- Abarrotería Anita ____

8.- ¿Por qué realiza sus compras en este supermercado?

- a.- Variedad de producto _____
- b.- Calidad de sus productos_____
- c.- Precios_____
- d.- Atención _____
- e.- Ubicación_____
- f.- Comodidad _____

9.- ¿Con qué frecuencia realiza las compras?

- a.- Diarias____
- b.- Semanal____
- c.- Quincenal____
- d.- Mensual____

10.- ¿Cuáles son los productos que más adquiere cuando realiza compra para su hogar (clasifique del 1 al 10 en orden de importancia). Siendo el 10 el de mayor importancia y 1 el de menor importancia.

	Productos	Puntuación									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Verduras y frutas										
2	Queso Embutidos										
3	Carnes(blancas y roja)										
4	Productos básicos alimenticio										
5	Confites										
6	Aseo personal										
7	Limpieza										
8	Producto lácteos										
9	Agua y bebidas carbonatadas										
10	Licores										

11.- Usualmente en qué presentación compras sus productos.

- a.- Tamaño mínimo ____
- b.-Tamaño personal ____



c.- Tamaño medio ____

d.-Tamaño familiar ____

12.- Encierre con un círculo la opción que contiene a sus ingresos mensuales:

Salario mínimo

Entre 5000 y 9000

Entre 9500 y 15000

15000 a más

13.- Aproximadamente cuánto dinero gasta según la respuesta nº 9 en

Frutas y verduras _____

Productos básicos Alimenticios _____

Aseo para el hogar _____

Aseo personal _____

Carne y pollo _____

Productos lácteos _____

Bebidas Frías, Licores _____

14.- Si se abriera un supermercado en Tisma que le brinde las características que usted marco en la pregunta 8, además de brindarles buena atención y ofrecerle sus productos a un precio justo ¿usted compraría?

a.- Si ____

b.- No ____

ANEXO N°3

PROFORMAS PROVEEDORES:

**COTIZACION****KOLA SHALER INDUSTRIAL S.A.****KM 2 CARRERA A SABANA GRANDE.**

Cliente:	PORFIRIO ALTAMIRANO	Contacto	Lic. Marvin Porras.	Telf: 2263-01505
Dirección:		Fecha	04/07/2014	

N/O	Descripcion	Cantidad	Precio Unitario	Valor
1	Kola Shaler Pet 12 Onzas (1 X 24)	1	C\$ 233.04	C\$ 233.04
2	Kola Shaler Pet 16 Onzas (1 X 24)		C\$ 295.65	C\$ -
3	Kola Shaler Pet 2 Litros (1 X 6)	1	C\$ 152.17	C\$ 152.17
4	Kola Shaler Pet 3 Litros. (1 X 4)		C\$ 147.83	C\$ -
5	Kola Shaler Light 12 Onzas (1 x 24)	1	C\$ 215.65	C\$ 215.65
6	Vino Cóndor 365 ml (1 x 24)	1	C\$ 602.61	C\$ 602.61
		Sub Total		C\$ 1,203.48
		IVA	15%	C\$ 180.52
		Total		C\$ 1,384.00

Nota: La presente cotizacion tiene una vigencia de 7 dias a partir de la fecha de emision.
favor emitir cheque a nombre de : Kola Shaler Industrial S.A.

**INDUSTRIAL COMERCIAL SAN MARTÍN S.A.**
MATADERO DE NANDAIME.**Managua 05 de julio del 2014**Señor:
Porfirio altamiranoEstimados Señor:
A continuacion le detallo cotizacion de productos solicitados.

PRODUCTO	LIBRAS	PRECIO	
Posta de pierna	15	69.85	1,047.75
Posta de corona	10	69.85	698.50
salon blanco	10	67.65	676.50
Mano de piedra	5	70.95	354.75
traseira de lomo	7	73.70	515.90
Filete mig;on	5	83.05	415.25
lomo grande	8	81.40	651.20
paleta pequena	8	69.30	554.40
cabeza de lomo	9	70.40	633.60
carne molida especial	5	31.90	159.50
super	5	38.50	192.50
premium	5	41.80	209.00
torta de carne	5	52.80	264.00
Higado nacional	10	35.20	352.00
cola	5	29.70	148.50
lengua	5	101.20	506.00
Mondongo s/pata	7	31.90	223.30
costilla alta	5	41.25	206.25
lomo d costilla	6	137.50	825.00
rinones	22	13.20	290.40
milanesa	5	75.90	379.50
			9,303.80

No omito manifestar que esta cotizacion esta sujeta a cambio en lista de precio despues de los 10 dias; la forma de pago de contado. El tiempo de entrega es de un dia de anticipacion.

Nuestra empresa esta inscrita como grandes contribuyentes y tenemos lo que es la solvencia fiscal.

ATENTAMENTE:
AMADA ISABEL SEVILLA.
Amada I. Sevilla.



Precios :

Producto:	Unidades	Precios x caja C\$	Precio Sugerido C\$
Coca Cola de 6.5 oz.	24	80.00	4.00
Coca Cola de 12 oz.	24	144.00	7.00
Coca Cola 500 ml Vidrio	24	164.00	8.00
Coca Cola de 500 ml Pet	24	200.00	10.00
Coca Cola de 1 litro Vidrio	12	132.00	13.00
Coca Cola de 1 litro Pet	12	170.00	16.00
Coca Cola de 1.5 Litro	12	240.00	23.00
Sabor de 1.5 litros	12	204.00	20.00
Coca Cola 2 litros Ref/Pet	8	143.00	21.00
Coca Cola 2 litros Pet	8	180.00	27.00
Sabor de 2 litros	8	180.00	27.00
Coca Cola 2.5 litros	8	211.00	30.00
Sabor de 2.5 litros	6	211.00	30.00
Coca Cola 3 lts Pet	6	186.00	35.00
Sabor 3 lts Pet	6	150.00	29.00
Lata	24	200.00	10.00
HIC-Sabores	24	120.00	6.00
HIC-Limon	24	160.00	8.00
Alpina de 600 ml	24	180.00	9.00
Alpina 1.5 litros	6	65.00	13.00
Powerade	24	280.00	14.00
Jugos del Valle (manz./meloc./mango/pera) 200 ml	36	180.00	6.00
Jugos del Valle (naranjadas) 200 ml	36	150.00	5.00
Jugos del Valle (naranjadas) 500 ml	12	90.00	9.00
Jugos del Valle (manz./meloc.) 1000 ml	6	100.00	20.00
Burn lata 310ml	6	130.00	26.00

Yahoska Molina

Centro de información y servicio.

Coca Cola FEMSA

Línea de atención al cliente Telf.: 18001223 / 22486600 / 22557440.

**COTIZACION**

Managua 14 Julio 2014

Nombre : Porfirio Altamirano
Telefono : 2268-4225
Atención a :

Marca	Descripción	Cantidad	Precio/Contado
	ARROZ DOÑA MARIA 80/20 100 LBS	1	1,115.00
	ARROZ DOÑA MARIA 70/30 100 LBS	1	1,035.00
	ARROZ DOÑA MARIA 60/40 100 LBS	1	975.00
	ARROZ DOÑA MARIA 80/20 2 KG	1	51.77
	ARROZ DOÑA MARIA 80/20 400 GR	1	10.39
	ARROZ DOÑA MARIA 80/20 25 LBS	1	281.25
	ARROZ EL FAISAN 96/04 100 LBS	1	1,215.00
	ARROZ EL FAISAN 96/04 50 LBS	1	607.50
	ARROZ EL FAISAN 96/04 25 LBS*	1	306.25
	ARROZ EL FAISAN 96/04 400 GR	1	11.72
	ARROZ EL FAISAN 96/04 2 KG	1	58.41
	HUEVOS SF GRANDES BLANCOS (30 UND)	1	97.00



	HUEVOS SF GRANDES COLORADOS (30 UND)	1	101.00
	CARACOL ANITA 170 GR	20	6.41
	SPAGUETTI ANITA 200GR	50	7.20
	CODO RAYADO ANITA 170 GR	20	6.41
	ATUN EN AGUA 160G	48	26.37
	TROCITOS ATUN CON VEGETALES 160G	48	28.67
	ATUN EN ACEITE 160G	48	26.37
	FRIJOL ROJO EL NORTEÑO DE 50/LBS	1	1,060.50
	FRIJOL ROJO EL NORTEÑO DE 2 KG (UND)	1	104.00
	FRIJOL NORTEÑO 25 LBS	1	531.50
	AZUCAR SULFITADA DE 110/LBS MONTE ROSA	1	923.40
	AZUCAR REFINADA 50KG SAN ANTONIO	1	993.62
	AZUCAR SULFITADA 2KG (UND) MONTE ROSA	1	39.10
	AZUCAR REFINADA 2KG (UND) SAN ANTONIO	1	42.24
	AZUCAR SULFITADA 400 GR (UND) MONTE ROSA	1	8.24
	SAL ATLANTIDA MOLIDA SECA 454G (25 UND)	1	80.00
	SAL ATLANTIDA FINA SECA 454G (25 UND)	1	85.00
	SAL ATLANTIDA MOLIDA SECA 227G (25UND)	1	41.25
	SAL ATLANTIDA FINA SECA 227G (25 UND)	1	43.75
	SAL PURAMAR FINA SECA 454G (25 UND)	1	75.00



	SAL PURAMAR FINA SECA 227G (25 UND)	1	38.75
	Total		

Nota:

1- Esta Cotización esta sujeta a cambio de precios, sin previo aviso.

2- El pago es de Contado y en Efectivo.

3- El producto es de acuerdo a existencia en el inventario

Se despide Cordialmente de usted.

Johana Jalinaz Ruiz

Ventas In House y Grabador de Pedidos.

Corporación Agrícola S.A



Dándole Sabor a la Vida
Iglesia Las Palmas 30 mts abajo
Managua, Nicaragua
(PBX) 2266-8185 ext. 4 / FAX: 2266-5268
E-mail: productos_solmaya_ventas@hotmail.com

PEDIDO SUGERIDO ☐ DEVOLUCION ☐

Comercial MNL S.A.

Nombre del Cliente: _____

No. FACTURA _____ FECHA _____

CONDIMENTOS Y ESPECIAS			
1/2 Onza. Paq 12			
	Prelo	Inv	Cont
026 Ablandador carnes 25 gr.	69.00		
027 Achote en polvo 13 gr.	58.65		
279 Achote Molido 30 gr.	59.80		
278 Adobo con Pimienta 36 gr.	86.25		
028 Ajinomoto 28 gr.	80.50		
029 Ajo en polvo 18 gr.	86.25		
271 Ajo Molido 18 gr.	86.25		
272 Ajo Picado 18 gr.	77.05		
030 Albahaca 9 gr.	54.05		
031 Anís 13 gr.	121.90		
032 Canela en astilla 9 gr. **	85.00		
033 Canela molida 13 gr. **	51.00		
034 Cebolla en polvo 18 gr.	92.00		
273 Cebolla Molido 18 gr.	85.10		
275 Chile en Polvo 15 gr.	65.55		
035 Chile Seco 13 gr.	65.55		
274 Cinco Pimientas 18 gr.	379.50		
036 Clavo de olor entero 11 gr.	105.80		
038 Comino molido 13 gr.	74.75		
039 Condimento Italiano 9 gr.	63.25		
266 Consomé de Pollo 20 gr.	58.65		
040 Curcuma/ Azafrán 13 gr.	63.25		
041 Estragón 5 gr.	101.20		
042 Hoja de Laurel 6 gr.	56.35		
043 Mejorana 9 gr.	75.90		
044 Nuez moscada Molido 13 gr.	139.15		
046 Oregano molido 13 gr.	78.20		
047 Oregano USA 13 gr.	78.20		
048 Paprika 13 gr.	74.75		
049 Pimienta blanca molida 11 gr.	101.20		
050 Pimienta de chiapa 13 gr.	89.70		
051 Pimienta Negra Entera 11 gr.	79.35		
052 Pimienta negra molida 15 gr.	97.75		
053 Polvo curry 13 gr.	63.25		
054 Romero bolsa 11 gr.	62.10		
055 Sal de ajo 23 gr.	59.80		
056 Sal de cebolla 24 gr.	60.95		
178 Sal Sazonada 36 gr.	74.75		
276 Sazonador Cajun 15 gr.	63.25		
059 Sazonador de pollo 13 gr.	57.50		
057 Sazonador todo uso 20 gr.	83.95		
060 Tomillo Entero 9 gr.	83.95		

Vasos Pequeños Paq 12			
	Prelo	Inv	Cont
098 Ablandador de Carne 75 gr.	234.60		
183 Adobo con Pimienta 55 gr.	218.50		
099 Ajo Molido 44 gr.	242.65		
100 Ajo Picado 39 gr.	234.60		
101 Albahaca 10 gr.	167.90		
104 Canela molida 29 gr. **	166.00		
105 Cebolla Molido 40 gr.	231.15		
107 Chile en Polvo 25 gr.	190.90		
108 Chile Seco 23 gr.	197.80		
182 Cinco Pimientas 45 gr.	879.75		
109 Comino Molido 23 gr.	201.25		

Vasos Pequeños Paq 12			
	Prelo	Inv	Cont
110 Condimento Italiano 15 gr.	190.90		
112 Confituras Chocolate 45 gr.	231.15		
111 Confituras Bolas 59 gr.	270.25		
125 Confituras Palitos 53 gr.	243.80		
285 Consomé de Pollo 50 gr.	198.95		
103 Curcuma/Azafran 29 gr.	186.30		
113 Nuez Moscada Molido 25 gr.	304.75		
114 Oregano Molido 24 gr.	210.45		
289 Oregano USA 10 gr.	175.95		
115 Paprika 33 gr.	227.70		
116 Pimienta Blanca 28 gr.	280.60		
291 Pimienta Negra gruesa 32 gr.	247.25		
127 Pimienta Negra molida 30 gr.	246.10		
118 Polvo Curry 28 gr.	196.65		
119 Romero 25 gr.	207.00		
120 Sal China / Ajinomoto 47 gr.	208.15		
121 Sal con Cebolla 53 gr.	221.95		
139 Sal de Ajo 56 gr.	187.45		
184 Sal Sazonada 55 gr.	204.70		
261 Sazonador Cajun 50 gr.	221.95		
140 Sazonador de Carne 53 gr.	241.50		
124 Sazonador de Mariscos Paq 12 vaso 45 gr.	235.75		
123 Sazonador de Pollo 40 gr.	190.90		
128 Tomillo 13 gr.	208.15		

Vasos Semi-Institutio. Caja 5 uds			
	Prelo	Inv	Cont
450 Ablandador de Carne 425 gr.	287.50		
485 Adobo con Pimienta 320 gr.	238.05		
451 Ajinomoto 260 gr.	226.55		
452 Ajo Molido 230 gr.	287.50		
471 Albahaca 55 gr.	120.75		
454 Canela Molido 185 gr. **	180.00		
455 Cebolla Molido 240 gr.	290.95		
472 Chile en Polvo 182 gr.	226.55		
456 Chile Seco 130 gr.	188.60		
484 Cinco Pimientas 200 gr.	1336.30		
457 Condimento Italiano 70 gr.	156.40		
458 Consomé de Pollo 305 gr.	221.95		
459 Curcuma / Azafran 200 gr.	208.15		
473 Oregano Molido 110 gr.	204.70		
463 Oregano USA 70 gr.	158.70		
474 Paprika 160 gr.	243.80		
475 Pimienta Blanca 170 gr.	411.70		
476 Pimienta Negra Entera 186 gr.	328.90		
464 Pimienta Negra Fina 170 gr.	174.80		
465 Pimienta Negra Molido 160 gr.	297.85		
466 Polvo Curry 170 gr.	215.05		
477 Romero 70 gr.	140.30		
478 Sal con Cebolla 340 gr.	189.75		
467 Sal de Ajo 385 gr.	207.00		
486 Sal Sazonada 320 gr.	209.30		
479 Sazonador Cajun 210 gr.	213.90		
480 Sazonador de Mariscos semi 250 gr.	286.35		
468 Sazonador de Pollo 265 gr.	211.60		
469 Sazonador Todo Uso 260 gr.	273.70		
470 Tocineta 150 gr.	179.40		



Dándole Sabor a la Vida
Iglesia Las Palmas 30 mts abajo
Managua, Nicaragua
(PBX) 2266-8185 ext. 4 / FAX: 2266-5268
E-mail: productos_solmaya_ventas@hotmail.com

Comercial MNL S.A.

Nombre del Cliente: _____

PEDIDO SUGERIDO ☐ DEVOLUCION ☐

No. FACTURA _____ FECHA _____

Cajas 12 Unid		Prezio	Inv	Cont
061	Achote Molido 200 gr.	246.10		
082	Hoja de Laurel 30 gr.	117.30		

Cajas de 12 Ristras		Prezio	Inv	Cont
604	Caja Ajo Molido	165.60		
601	Caja Canela Molido. **	144.00		
608	Caja Consome de Pollo	165.60		
606	Caja Pimienta Negra Molido	165.60		
603	Caja Sazon Todo Uso	165.60		
602	Caja Surtida de Condimentos.	165.60		

Caja 24 Unid.		Prezio	Inv	Cont
396	Empanizador Sazonado 215 gr.	494.50		

Cajas 48 Unid		Prezio	Inv	Cont
064	Canela en astilla 13 gr. **	220.00		
395	Empanizador Sazonado 70 grs	416.30		

Batches		Prezio	Inv	Cont
171	Chile Seco BATCH 1000 unds	385.25		
169	Oregano USA BATCH 1000 unds	433.55		

SEMILLAS / FRUTAS SECAS / OTROS				
Cajas de 12 Unidades		Prezio	Inv	Cont
063	Almendras Peladas 125 gr.	585.35		
062	Almendras Peladas 250 gr.	1140.80		
337	Azúcar Glass bolsa 200 gr **	133.00		
065	Almendras Rebanadas 75 gr.	347.30		
069	Cebada en Grano 300 gr.	146.05		
388	Cirueta Sin Semilla 8oz (1/2 Lb)	565.80		
074	Coco Rayado 100 gr.	219.65		
620	Cremora Bolsa 50 unidades	339.25		
185	Crema para Café bolsa 180 grs.	549.70		
085	Maiz Palomita 400 gr.	251.80		
089	Nueces Peladas 125 gr.	819.95		
092	Pasas 250 gr.	274.85		

Cajas 24 Unid		Prezio	Inv	Cont
280	Linaza en grano 180 gr.	477.25		
290	Linaza Molido 80 gr	256.45		
200	Chila Entera 200 gr	997.05		
611	Pasas 400 gr.	805.00		
071	Cocoa Natural 100 gr.	385.25		
391	Pasas 70 gr.	178.25		

Pasas 12 Ristras 6 Unid.		Prezio	Inv	Cont
Ristra Pasas		Prezio	Inv	Cont
088	Ristra Pasas de 70 grs Caja 72 uds	534.75		

BOQUITAS / SNACKS			
Vasos Semi-Instituo. Caja 5 uds	Prezio	Inv	Cont
460	Fruta Mixta Vaso 205 gr.	217.35	
461	Mani Con Pasas Vaso 230 gr.	169.05	
462	Mani Garapifado Vaso 190 gr.	142.60	
310	Mani Homeado Vaso 210 gr.	143.75	
316	Mani Picante Vaso 210 gr.	148.35	
313	Mani Salado Vaso 210 gr.	148.35	
323	Semilla de Marañon Vaso 160 gr.	278.30	
306	Marañon Garapifado Vaso 155 gr.	243.80	

Cajas 12 Unid.		Prezio	Inv	Cont
304	Almendra Garapifada 150 gr.	530.15		
080	Fruta Mixta 150 gr.	286.35		
086	Mani Con Pasas 150 gr.	180.55		
302	Mani Garapifado 150 gr.	159.85		
330	Pistachos 200 gr.	932.65		

Cajas 12 unid.		Prezio	Inv	Cont
369	Almendra Garapifada 75 grs.	281.75		
370	Fruta Mixta 75 grs.	155.25		
371	Mani con Pasas 75 grs	109.25		
372	Mani Garapifado 75 grs.	98.90		
373	Mani Homeado 75 grs.	98.90		
374	Mani Picante 75 grs.	98.80		
375	Mani Salado 75 grs.	98.90		
376	Marañon Garapifado 75 grs.	241.50		
368	Semilla de Marañon 60 grs.	219.65		
336	Pistachos 100 gr.	476.10		

Vasitos Cajas 6 unid.		Prezio	Inv	Cont
360	Mani Picante Vaso 130 grs.	115.28		
362	Mani Salado Vaso 130 grs.	115.28		
361	Mani Homeado Vaso 130 grs.	115.28		
363	Mani Garapifado Vaso 130 grs.	115.28		
364	Semilla de Marañon Vaso 120 grs.	243.80		
365	Marañon Garapifado Vaso 120 grs.	203.55		
366	Fruta Mixta Vaso 135 grs.	172.50		
367	Mani Con Pasas Vaso 135 grs.	127.65		

VASOS INSTITUCIONALES Unid.		Prezio	Inv	Cont
500	Mani Salado 525 gr.	52.90		
501	Mani Picante 525 gr.	54.05		
502	Linaza Molido 454 gr	57.50		

Jefe de Ventas Managua.
Lto. William Mendieta A.
Cel: 8877-8688

Firma Autorizada.

** Precio puede variar sin previo aviso **



Calidad - Tradición - Servicio

PROFORMA

Nombre: **Distribuidora César Guerrero L., S. A. (DICEGSA)**
Dirección: **Managua**
Ciudad: **Managua**
Teléfono: **2286-1108; Ext. 2012**

Nombre: **MAQUIPOS**
Atención: **PORFIRIO ALTAMIRANO**
Ciudad: **Managua**
Correo: **porfirio.altamirano@maquipos.com.ni**

Cantidad	Unidad	Código	Descripción	Marca	Precio unitario	TOTAL
12	UND	201190012	CARACOLITOS CON QUESO 200 GRS/24	ROMA PRINCE	22.20	266.40
12	UND	201190015	CODOS CON QUESO 200 GRS/24	ROMA PRINCE	22.20	266.40
12	UND	201190001	CARACOLITO MILANO 200 GRS/56	ROMA PRINCE	8.40	100.80
12	UND	201190014	SPAGHETTI MILANO 200 GRS/80	ROMA PRINCE	7.13	85.56
12	UND	201190007	TORNILLO PRINCE 250 GRS/30	ROMA PRINCE	20.15	241.80
12	UND	201190005	CARACOLITOS PRINCE 200 GRS/56	ROMA PRINCE	10.15	121.80
6	UND	203030004	MR MUSCULO PATO DISCOS ACTIVOS LIMA FRESCA 36 ML/12	SC. JOHNSON	65.62	393.72
3	UND	203060066	MR MUSCULO ANTIGRASA COCINA TOTAL NANANJA TRIGGER 750ML	SC. JOHNSON	69.66	208.98
6	UND	203070006	ESPIRALES AUTAN 125 GRS/60	SC. JOHNSON	11.17	67.02
6	UND	201090011	ATUN CON VEGETALES LOMO EN TROCITOS 160 GRS/48	ALIM. PRO SALUD	45.53	273.18
6	UND	201090007	ATUN EN AGUA LIGHT LOMO EN TROCITOS 160 GRS/48	ALIM. PRO SALUD	50.09	300.54
6	UND	201090009	SARDINAS OVALADA DULCE 415 GRS/24	ALIM. PRO SALUD	46.47	278.82
SUBTOTAL						2,605.02

Detalles de pago

**CONTADO / EFECTIVO**

15% IMPUESTOS

390.75

2,995.77

Aprobado por:

Lic. Daniel Alvarado / Gerente de Ventas Consumo

Fecha: 15/07/2014
Cotización Num: 1604
Agente: 21 - Oficina
Enviar por: _____

Notas o comentarios

ESTA COTIZACION ES VALIDA POR 15 DIAS DESDE SU FECHA DE EMISION**Distribuidora César Guerrero L., S.A.**

PBX 22631109 Fax: 22633008 / 22632180 Km. 7 Carretera Sur 800 mts al Este P.O. Box 2874; Managua, Nicaragua
U.S. Mailing Address: NICABOX 122 P.O. Box 527 444, Miami Fl. 33152-7444
www.dicegsa.com.ni



Calidad - Tradición - Servicio

PROFORMANombre: **Distribuidora César Guerrero L., S. A. (DICEGSA)**Dirección: **Managua**Ciudad: **Managua**Teléfono: **2286-1108; Ext. 2012**Nombre: **MAQUIPOS**Atención: **PORFIRIO ALTAMIRANO**Ciudad: **Managua**Correo: **porfirio.altamirano@maquipos.com.ni**

Cantidad	Unidad	Código	Descripción	Marca	Preo unitario	TOTAL
6	UND	201070006	SALSA CASERA 210 GRS/48	HERDEZ	16.00	96.00
6	UND	201060006	SALSA INGLESA 148 ML/24	MCCORMICK	24.40	146.40
6	UND	201060004	SALSA DE TOMATE TIPO KETCHUP SQUEEZE 335 ML/12	MCCORMICK	37.45	224.70
6	UND	201170008	BOMBON PINTA ROJO 325 GRS BOLSA X 25 UND/15	VENADITO	20.14	120.84
6	UND	201170003	CONFITE FRUTAS 128 GRS BOLSA X 40 UND/50	VENADITO	7.17	43.02
6	UND	201170028	CONFITE MENTA 120 GRS BOLSA X 40 UND/50	VENADITO	7.17	43.02
3	UND	201180046	FLAN CHOCOLATE 60 GRS/48	IMPERIAL	8.05	24.15
3	UND	201180045	FLAN COCO 60 GRS/48	IMPERIAL	8.05	24.15
3	UND	201180022	FLAN CREMA CATALANA 60 GRS/48	IMPERIAL	8.05	24.15
3	UND	201180006	FLAN LECHE CONDENSADA 60 GRS/48	IMPERIAL	8.05	24.15
12	UND	204010006	PILA CARBON 9V BUSTER/192	PANASONIC	29.27	351.24
12	UND	204010016	PILA CARBON AAA RISTRA X 10/40	PANASONIC	64.63	775.56
12	UND	204010005	PILA CARBON AA BLISTER X 4/80	PANASONIC	23.57	282.84
12	UND	201190013	CANELON OVEN READY 250 GRS/12	ROMA PRINCE	21.55	258.60
SUBTOTAL						2,438.82
15% IMPUESTOS						365.82
						2,804.64

Detalles de pago

**CONTADO / EFECTIVO**

Aprobado por:

Lic. Daniel Alvarado / Gerente de Ventas Consumo

Fecha: 15/07/2014

Cotizacion Num: 1603

Agente: 21 - Oficina

Enviar por:

Notas o comentarios

ESTA COTIZACION ES VALIDA POR 15 DIAS DESDE SU FECHA DE EMISION**Distribuidora César Guerrero L., S.A.**

PBX 22651109 Fax: 22653008 / 22652180 Km. 7 Carretera Sur 800 mts al Este P.O. Box 2874; Managua, Nicaragua

U.S. Mailing Address: NICABOX 122 P.O. Box 527 444, Miami FL 33152-7444

www.dicegsa.com.ni



COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS MIXTOS, S.A

COTIZACIÓN

Cliente: Tismita

Vendedor: Marvin

Elías

Tel: 8793-6810

Código	Descripción	Cajas	Unidades	Precio Unitario (C\$)	Total (C\$)
575475	Xedex Progress Polvo 1x32x140G	1	32	6.64	199.20
559074	Xedex Multiaccion Polvo Limp Activa 30x150G	1	30	6.64	199.20
546123	Xtra Jabon Sup Rem Ropa Blanca Bola 18x320G	1	18	12.50	225.00
545681	Xtra Jabon Suav Aloe Vera Bola 18x320G	1	18	12.50	225.00
125567	Rinso Jabon Intellogent Limon 18x340G	1	18	15.55	279.90
157557	Hellmanns Salsa Tomate Tipo Ketchup BDJ 4x4,1KG	1	4	152.60	610.40
157202	Naturas Pasta Tomate Tradicional 48x227G	1	48	18.53	889.44
196129	Naturas Salsa Tomate Ranchera 96x106G	0.012	12	9.89	118.68
159386	Naturas Salsa de Tomate 96x113G	0.012	12	7.32	87.78
195938	Naturas Salsa Sofrito Criollo 96x160G	0.012	12	9.89	118.68
196125	Naturas Salsa Tomate C/Hongos 96x106G	0.012	12	9.89	118.68
129714	Lizano Salsa Reg 4x3,7Lt	1	4	203.43	813.72
131824	Lizano Chile 24x155G	1	24	26.52	636.48
125666	Hellmanns May Doyp 12x200G	1	12	28.15	337.80
125755	Hellmanns Most Doyp 12x200G	1	12	16.03	192.36
214709	Lipton Ice Tea Limon 10x1,02KG	1	10	93.47	934.70
143397	Maizena Fecula Maiz Natural 20x20x47G	0.02	20	4.59	91.80
575475	(Bonificación) Xedex Progress Polvo 1x32x140G	0.002	2	0.00	0.00
566307	(Bonificación) Rinso Jabin Multiusos Limon 48x90G	0.006	6	0.00	0.00
TOTAL					6078.82



Managua, 04 de Julio del 2014.

COTIZACIÓN

Señor Porfirio Altamirano

Su oficina.

Estimada señor Altamirano:

Por medio del presente nos complace enviarle cotización del producto solicitado, detalle a continuación:

PRODUCTO		PRECIO X CAJA
TOÑA	TOÑA LATA 12 PACK TERMOENCOGIBLE TRANSPARENTE	C\$ 219.00
VICTORIA CLASIC	VICTORIA BOTELLA X 24 ONEWAY	C\$ 398.00
VICTORIA FROST	VICTORIA FROST LATA TERMOENCOGIBLE x 12	C\$ 199.00
VICTORIA FROST	VICTORIA FROST BOTELLA x 24 ONE WAY	C\$ 398.00
PREMIUM	PREMIUM BOTELLA x 24	C\$ 516.00
HEINEKEN	HEINEKEN LATA 12 oz x 24	C\$ 659.00
SMIRNOFF ICE	SMIRNOFF ICE LATA 12 OZ x 24	C\$ 740.00
FUENTE PURA	CAJA 12 0.6 LITROS AGUA TAPA PLANA	C\$ 105.00
FUENTE PURA	CAJA 6 1.5 LITROS AGUA TAPA PLANA	C\$ 80.00
FUENTE PURA	CAJA 4 GALON AGUA	C\$ 85.50
FUENTE PURA	BOTELLON 18.93 LITROS	C\$ 47.00
FUENTE PURA	ENVASE BOTELLON 18.93 LITROS	C\$ 150.00
TAMPICO	TAMPICO CITRUS PUNCH SPORT CAP 300 ML x 24	C\$ 176.00
TAMPICO	TAMPICO CITRUS PUNCH VASO 235 ML x 30	C\$ 180.00
TAMPICO	TAMPICO CITRUS PUNCH 1/2 LITRO x 30	C\$ 272.00
TROPICAL	JUGO TROPICAL TE VERDE MANZANA 500ml x 12	C\$ 158.50
TAMPICO	TAMPICO CITRUS PUNCH SPORT CAP 300 ML x 24	C\$ 176.00
RAPTOR	RAPTOR 600 ML X 12	C\$ 213.00
DEL MONTE	JUGO DEL MONTE SABORES SURTIDOS 330 ml x 24	C\$ 225.00
DEL MONTE	JUGO DEL MONTE TE FRIO LIMON 460 ML x 24	C\$ 378.00

En espera de su respuesta para poder servirles, nos despedimos.

Atentamente,

Jacqueline Obando
Servicio al Cliente



Oficina: Anexo de Villa Libertad,
de la Planta de ENITEL 2 c. Al Este,
2 ½ c. Al Sur.
Bodega: Frente a la Terminal de la Ruta 168,
Barrio Israel Galeano



Teléfonos: 2280-8055
2280-8622
2280-2598
Fax: 2280-8564

LISTA DE PRECIOS			
CODIGO	Productos de Limpieza	Unidad Medida	Precio + IVA
2000167	Air Wick Fresh Matic(Aparato + Repuesto)	UN	C\$ 603.20
2000129	Alcohol 70%	Gal	C\$ 170.00
2000150	Alcohol Gel	Galon	C\$ 300.00
2000151	Alcohol Gel	Litro	C\$ 100.00
2000052	Alcohol Puro	Gal	C\$ 220.00
2000105	Ambientador Brisa Almendra	Gal	C\$ 50.00
2000014	Ambientador Brisa Baby Powder	Gal	C\$ 50.00
2000013	Ambientador Brisa Canela	Gal	C\$ 50.00
2000010	Ambientador Brisa Chicle	Gal	C\$ 50.00
2000011	Ambientador Brisa Floral	Gal	C\$ 50.00
2000125	Ambientador Brisa Fresa	Gal	C\$ 50.00
2000008	Ambientador Brisa Lavanda	Gal	C\$ 50.00
2000009	Ambientador Brisa Limón	Gal	C\$ 50.00
2000012	Ambientador Brisa Manzana	Gal	C\$ 50.00
2000144	Ambientador Brisa Menta	Gal	C\$ 50.00
2000007	Ambientador Brisa Tutti Frutti	Galon	C\$ 50.00
2000184	Ambientador Fabuloso	Galon	C\$ 153.40
2000138	Ambientador Glade P/Auto (Aparato C/Repuesto)	UN	C\$ 182.00
2000168	Ambientador Spray Glade 323gr(400ML)	UN	C\$ 69.55
2000106	Asistin 1/2 galon	UN	C\$ 87.10
2000134	Asistin 900 ML	UN	C\$ 43.16
2000099	Bateria AA alcalina	Par	C\$ 52.00
2000100	Bateria AAA alcalina	Par	C\$ 52.00
2000053	Bateria de foco Rayovac grande	UN	C\$ 14.17
2000116	Bomba para destaquear	UN	C\$ 37.14
2000038	Cepillo de lavar ropa	UN	C\$ 26.00
2000037	Cepillo para Piso (Tonel)	UN	C\$ 46.80
2000118	Cera Nugett 330ML	UN	C\$ 61.54
2000075	Cera líquida	Gal	C\$ 175.00



2000004	Cloro Liquido Brisa 3%	Gal	C\$	45.00
2000002	Creolina	Gal	C\$	170.00
2000020	Escobas Plastica Grande	UN	C\$	40.30
2000113	Escobillon Barrecalle	UN	C\$	195.00
2000110	Escobillon P/Techo	UN	C\$	208.00
2000017	FP-SOL(desengrasante de cocina)	Gal	C\$	200.00
2000172	Guantes de Hule Multiusos	Par	C\$	48.10
11-1000056	Guantes Verdes de Nitril 18"	Par	C\$	208.00
2000058	Harpic Pastilla Aromas Varios 35gr(Canasta)	UN	C\$	39.00
2000065	Harpic Pastilla Aromas Varios 70gr(Repuesto)	UN	C\$	54.60
2000183	Hipoclorito de sodio 12%(Galon)	Galon	C\$	85.00
2000194	Hisopo Plastico Eterna C/Base	UN	C\$	65.94
2000034	Hisopo Plastico Nacional	UN	C\$	33.80
2000071	Insecticida Baygon Ultra Verde 400ML	UN	C\$	135.20
2000179	Insecticida Baygon Voladores Azul 400ML	UN	C\$	130.00
2000111	Insecticida Raid Max 400ML(Dorado)	UN	C\$	146.90
2000160	Insecticida Raid Max Casa y Jardin 400ML(Naranja)	UN	C\$	139.10
2000003	Jabón Líquido Brisa	Gal	C\$	50.00
2000181	Jabon Liquido para Manos Perfumado Brisa	Galon	C\$	130.00
2000120	Jabón Líquido Perfumado Brisa	Gal	C\$	80.00
2000080	Jabon Liquido Protex 210ML	UN	C\$	48.10
2000171	Jabon Ole 16gr(36 Paq x12 UN)	Caja(432)	C\$	799.50
2000114	Jabon Ole 70r(Paquete 4)	Paquete	C\$	31.98
2000045	Jabon Palmolive	UN	C\$	16.25
2000044	Jabón Protex	UN	C\$	17.94
2000050	Lanilla Und	UN	C\$	13.93
2000049	Lanilla Yarda	Yarda	C\$	52.00
2000140	Limpia Mueble Pledge Aerosol 378ML	UN	C\$	133.90
2000115	Limpia Vidrio Brasso 650ML	UN	C\$	107.12
2000092	Limpia Vidrio Brisa	Gal	C\$	140.00
2000131	Limpiador Antigrasa Brasso 650ml	UN	C\$	89.05
2000177	Limpiador Pledge Multisuperficie 750ML	UN	C\$	139.10
2000087	Lysol ambientador de spray 12 Onzas	UN	C\$	169.00
2000186	Lysol Complete Clean Cocina 650ML	UN	C\$	114.40
2000021	Mecha de Lampazo Klintex 350gr	UN	C\$	42.90
2000023	Mecha de Lampazo #20 Gato(Gris)	UN	C\$	41.60
2000022	Mecha de Lampazo #24 Doña Mecha (Gris)	UN	C\$	57.85
2000191	Mr. Musculo Tiras Activas (3UN)	UN	C\$	32.50
2000166	Mr. Musculo Windex Antigrasa 750ML	UN	C\$	89.70
2000162	Pala Plastica Eterna	UN	C\$	56.51
2000025	Palo de Lampazo Madera Plastico Mr.Mop(Negro con Naranja)	UN	C\$	118.30



2000164	Palo de Lampazo Madera Plastico Nacional	UN	C\$	84.50
2000024	Palo de Lampazo Metal	UN	C\$	59.80
2000103	Paste de alambre	UN	C\$	4.99
2000102	Paste de aluminio	UN	C\$	4.29
2000094	Paste Scott Brite con esponja	UN	C\$	10.40
2000132	Paste Scott Brite sin esponja	UN	C\$	7.80
2000056	Paste Verde	UN	C\$	3.25
2000188	Pastilla Mr. Musculo 40gr(forma redonda)	UN	C\$	55.90
2000107	Pastilla pato purific con aroma 52gr(forma de pato)	UN	C\$	70.20
2000030	Pastilla Sanitaria 60gr	UN	C\$	13.00
2000029	Pastilla Terror 60gr	UN	C\$	15.08
2000189	Pato Discos Activos 36ML	UN	C\$	91.00
2000001	Pinesol Pinito	Gal	C\$	150.00
2000015	Plomero(Destaquador)	Gal	C\$	150.00
2000016	Plomero(Destaquador)	Lt	C\$	44.00
2000039	Rastrillos plasticos	UN	C\$	97.50
2000169	Repuesto Air Fresh Matic 250ML	UN	C\$	312.00
2000104	Servilleta Regio 500 UN	UN	C\$	132.60
2000031	Soda caustica	Gal	C\$	130.00
2000018	TOYLEX(Limpiador de Azulejos)	Gal	C\$	150.00
2000019	TOYLEX(Limpiador de Azulejos)	Lt	C\$	40.00
2000027	Windex Limpia Vidrios Repuesto 1000ML	UN	C\$	114.76
2000026	Windex Limpia Vidrios Spray 750ML	UN	C\$	94.25

LISTA DE PRECIOS			
CODIGO	Productos de Lavanderia	Unidad Medida	Precio + IVA
5000015	Ajax en Polvo 600gr	UN	C\$ 36.40
5000040	Cloro Magia Blanca 1 galón	Galon	C\$ 106.05
5000041	Cloro Magia Blanca Litro	Lt	C\$ 36.40
5000038	Detergente Fab 1400 gr	UN	C\$ 80.60
5000006	Detergente Fab 150gr	UN	C\$ 10.40
5000007	Detergente Fab 450gr	UN	C\$ 29.90
5000037	Detergente Fab 900gr	UN	C\$ 53.30
5000039	Detergente Industrial con Aroma	Bolson(15KG)	C\$ 624.00
5000012	Detergente Industrial con Aroma	Bolson(25KG)	C\$ 845.00
5000018	Detergente Rendidor 150gr	UN	C\$ 9.10
5000027	Detergente Rendidor 35gr	UN	C\$ 2.34
5000033	Detergente Xedex 1300gr	UN	C\$ 96.20
5000002	Detergente Xedex 150gr	UN	C\$ 11.70



5000003	Detergente Xedex 30gr	UN	C\$	2.47
5000035	Detergente Xedex 500gr	UN	C\$	31.85
5000008	Detergente Xedex 5000 gr	UN	C\$	284.70
5000030	Detergente Xedex 1000gr	UN	C\$	68.12
5000031	Jabón axion 235gr	Taza	C\$	23.40
5000032	Jabón axion 425gr	Taza	C\$	39.00
5000010	Jabón de Lavar Marfil	UN	C\$	16.64
5000042	Jabon de Lavar Super Marfil	UN	C\$	18.85
5000026	Jabón Doña Blanca 80gr	UN	C\$	5.20
5000013	Jabón Doña Blanca 250gr	UN	C\$	15.60
5000036	Jabón Doña Blanca 340gr	UN	C\$	20.15
5000034	Jabón de trastes RINISO 340gr	UN	C\$	20.80
5000021	Jabón Doña Blanca 425gr	Taza	C\$	35.75
5000011	Jabon Xtra	UN	C\$	18.33
5000025	Suavitel 1900ML	UN	C\$	104.00
5000023	Suavitel 3LTS	UN	C\$	149.50
5000046	Suavitel 450 ML	UN	C\$	28.60
5000051	Suavitel 5LTS	UN	C\$	247.00
5000049	Suavitel 850 ML	UN	C\$	53.30

LISTA DE PRECIOS			
CODIGO	Productos Alimentos Varios	Unidad Medida	Precio + IVA
6000033	Avena Molida Sasa 400gr	Bolsa	C\$ 24.70
6000012	Azucar Dietetica Splenda(100 UN)	Cajita	C\$ 195.00
6000007	Azucar Refinada 2Kg	Bolsa(2Kg)	C\$ 57.20
6000006	Azucar Sulfitada (bolsa 400gr)	Bolsa(400gr)	C\$ 11.96
6000007	Azucar Sulfitada 2Kg	Bolsa(2Kg)	C\$ 52.00
6000108	Café Gourmet San Sebastian 400gr	Bolsa(400gr)	C\$ 169.00
6000005	Café Molido Selecto Clasico 400gr	Bolsa(400 gr)	C\$ 104.00
	Café Molido Selecto Expreso Intenso 400gr	Bolsa(400 gr)	C\$ 119.60
6000004	Café Molido Selecto Superior Medio 400gr	Bolsa(400 gr)	C\$ 119.60
6000029	Café presto (80 sobres)	Caja(80sobres)	C\$ 148.20
6000003	Café Presto Instantaneo 150gr	Frasco(150gr)	C\$ 111.15
6000002	Café Presto Instantaneo 250gr	Frasco(250gr)	C\$ 177.45
	Café Presto Instantaneo 400gr(NUEVO)	Frasco(400gr)	C\$ 273.00
6000034	Café Presto Instantaneo 50gr	UN	C\$ 39.00
6000071	Café Segovia Premium 400gr	Bolsa(400gr)	C\$ 106.60
6000039	Cebada Sasa 400gr	Bolsa	C\$ 24.70
6000015	Cremora Frasco 11 ONZAS	UN	C\$ 59.80



ANEXOS

6000066	Cremora Frasco 16 ONZAS	UN	C\$	71.21
6000016	Cremora Frasco 22 ONZAS	UN	C\$	84.77
6000070	Cremora Frasco 35 ONZAS	UN	C\$	126.10
6000014	Cremora Frasco 6 ONZAS	UN	C\$	40.30
6000045	Galleta Avena	Cajita	C\$	58.80
6000019	Galleta Can Can	Paquete	C\$	36.40
6000054	Galleta Chiky	Paquete	C\$	49.00
6000046	Galleta Chips Ahoy	Cajita	C\$	71.40
6000090	Galleta Club Social	Paquete	C\$	30.80
6000033	Galleta Cremas	Paquete	C\$	25.20
6000052	Galleta Mantequilla	Paquete	C\$	49.00
6000032	Galleta Oreo	Paquete	C\$	58.80
6000037	Galleta Ritz con Queso	Paquete	C\$	58.80
6000064	Galleta Ritz sin Queso	Paquete	C\$	40.00
6000038	Galleta Soda	Paquete	C\$	23.00
6000107	Galleta Soda C/Especies	Paquete	C\$	28.00
6000106	Galleta Waffle	Paquete	C\$	30.80
6000102	Leche Delisoya Natural 360gr	Bolsa	C\$	109.20
6000059	Nescafe Clasico 100gr	Frasco	C\$	94.90
6000114	Nescafe Clasico 200gr	Frasco	C\$	176.80
6000032	Pinolillo Sasa 400gr	Bolsa	C\$	26.00
6000023	Te de Manzanilla (100UN)	Caja(100UN)	C\$	139.10
6000009	Te de Manzanilla (25UN)	UN	C\$	35.10
6000027	Té Helado Limon Fans (32onzas)	UN	C\$	114.40
6000042	Te Helado Lipton de Limon(1KG)	Bolsa	C\$	117.00
6000024	Te Helado McCormick (1.1KG)	Bolsa	C\$	114.40
6000028	Te Negro (100UN)	Caja(100UN)	C\$	149.50
6000026	Té Negro (25UN)	Caja(25UN)	C\$	65.00
6000142	Cremora en Sobre (1000 Un)	Caja	C\$	896.00
6000144	Azucar Refinada en Sobre (2000 Un)	Caja	C\$	644.00

LISTA DE PRECIOS			
CODIGO	Productos Desechables	Unidad Medida	Precio + IVA
7000066	Bandeja de Poroplas #1.5 (Hotdog)	Millar	C\$ 741.00
7000060	Bolsa de Basura 19x28/70	Millar	C\$ 1,430.00
7000016	Bolsa de Basura 19x28/70 Alto Colera	Millar	C\$ 1,430.00
7000074	Bolsa de Basura 24x30/80	Millar	C\$ 2,015.00
7000038	Bolsa de Basura 25.5x31.5/75	Millar	C\$ 2,704.00
7000059	Bolsa de Gabacha 11x6x21/45	Millar	C\$ 585.00



7000011	Bolsa de Gabacha 17x8x28/60 Negra	Millar	C\$	1,287.00
7000042	Bolsa de Gabacha 17x8x28/60 Roja	Millar	C\$	1,287.00
7000061	Bolsa de Gabacha 9x4x17.5/45	Millar	C\$	325.00
7000079	Bolsa de Gabacha 7x3.5x13/35 Mini	Millar	C\$	208.00
7000035	Bolsa de Gabacha Blanca 12x6x21/70	Millar	C\$	845.00
7000018	Bolsa Jardinera 40x47/100	Millar	C\$	8,580.00
	Bolsa Jardinera 40x47/100 Transparente	Millar	C\$	8,937.50
7000034	Bolsa Plastica 12x16/175(10LB) Gruesa	Millar	C\$	1,157.00
7000010	Bolsa Plastica 12x16/55(10LB)	Millar	C\$	318.50
7000039	Bolsa Plastica 14x24/175(25LB) Gruesa	Millar	C\$	2,000.70
7000056	Bolsa Plastica 14x24/55(25LB)	Millar	C\$	585.00
7000076	Bolsa Plastica 18x30/250(50LB) Gruesa	Millar	C\$	4,680.00
	Bolsa Plastica 18x30/50(50LB)	Millar	C\$	988.00
7000008	Bolsa Plastica 3.5x8/55(Helado)	Millar	C\$	58.50
7000058	Bolsa Plastica 6x10/175(1LB) Gruesa	Millar	C\$	377.00
7000009	Bolsa Plastica 6x10/55(1LB)	Millar	C\$	104.00
7000026	Bolsa Plastica 8x12/55(3LB)	Millar	C\$	184.60
7000062	Bolsa Plastica 9x14/200(5LB) Gruesa	Millar	C\$	750.10
7000027	Bolsa Plastica 9x14/55(5LB)	Millar	C\$	223.60
7000048	Bolsa Quintalera 22x38/500(100LB) Gruesa	Millar	C\$	11,219.00
7000063	Bolsa Quintalera 22x38/300(100LB)	Millar	C\$	7,280.00
7000004	Conos Desechable Estandar	Millar(Caja 3000)	C\$	455.00
7000021	Cucharas Descartables	Millar	C\$	390.00
7000043	Cuchillos Descartables	Millar	C\$	390.00
	Empaque de Comida 6x6(200UN) (Hamburguesa)	Bulto(200UN)	C\$	383.50
7000069	Empaque de Comida 8x8(200UN)	Bulto(200UN)	C\$	552.50
7000041	Empaque de Comida 9x9(200UN)	Bulto(200UN)	C\$	689.00
7000028	Papel de Aluminio 25ft	Cajita	C\$	28.60
7000052	Platos de Poroplas #6	Millar	C\$	546.00
7000020	Platos de Poroplas #9	Millar	C\$	884.00
7000047	Platos de Poroplas Ondo #6	Millar	C\$	708.50
7000023	Tenedores Descartables	Millar	C\$	390.00
7000003	Vasos Plasticos #10	Millar	C\$	877.50
7000065	Vasos Plasticos #12	Millar	C\$	994.50
7000007	Vasos poroplas #10	Millar	C\$	767.00
7000040	Vasos poroplas #12	Millar	C\$	871.00
7000005	Vasos poroplas #4	Millar	C\$	487.50
7000006	Vasos poroplas #6	Millar	C\$	507.00
7000045	Vasos poroplas #8	Millar	C\$	630.50



CODIGO	Productos Varios	Unidad Medida	Precio + IVA
11-1000045	Bote con Tapa 105Litros	UN	C\$ 299.00
	Bote con Tapa 70Litros	UN	C\$ 241.80
11-1000009	Papel Higienico Nevax 1000 hojas	Paq(4 Rollo)	C\$ 84.50
11-1000117	Papel Higienico Nevax 1000 hojas	Bolson(24 Rollo)	C\$ 513.50
11-1000012	Papel Higienico Scott 1000 hojas	Paq(4 Rollo)	C\$ 82.68
11-1000016	Papel Higienico Scott 1000 hojas	Bolson(24 Rollo)	C\$ 507.00
11-1000059	Papel Higienico Scott Plus Jumbo	Bolson de 24 Rollo	C\$ 318.50
11-1000004	Papelera Bayben Grande	UN	C\$ 221.00
11-1000005	Papelera Bayben Mediana	UN	C\$ 195.00
11-1000110	Papelera Bayben Pequeña	UN	C\$ 169.00
2000047	Papelera de Balancin Cuadrada Mega 60 Litros	UN	C\$ 286.00
11-1000011	Papelera de Maya Calada	UN	C\$ 45.50
11-1000052	Papelera de Pedal Mediana	UN	C\$ 195.00
11-1000107	Papelera de Pedal Pequeña	UN	C\$ 169.00

ANEXO N° 4.**CONSUMO PERCAPITA****Pregunta # 13**

Aproximadamente cuánto dinero gasta según la respuesta n° 9 en

Frutas y verduras _____
Productos básicos Alimenticios _____
Aseo para el hogar _____
Aseo personal _____
Carne y pollo _____
Productos lácteos _____
Bebidas Frías, Licores _____

Se procesaron las encuestas y de conformidad con las respuestas de los encuestados se establecieron los siguientes rangos y se determinó que dichos rangos son los que ellos están dispuestos a pagar.

RANGOS	
a) C\$ 125 - C\$ 695	e) C\$ 2408 - C\$ 2979
b) C\$ 696 - C\$ 1266	f) C\$ 2980 - C\$ 3550
c) C\$ 1267 - C\$ 1837	g) C\$ 3551 - C\$ 4121
d) C\$ 1838 - C\$ 2408	h) C\$ 4122 - C\$ 4692

Para el cálculo del consumo per-cápita se utilizó dichos rangos con los cuales se determinó cuanto era el gasto promedio por vivienda al año.

Gasto promedio	Gasto mensual	Gasto anual
799361	1763573	21162876

El consumo Per - cápita es el Promedio Anual

Promedio mensual	4898.81
Promedio al año	58785.77



ANEXO N° 5.

PROFORMAS DE MAQUINARIA:



COTIZACION

Fecha
9/5/2014

Para:
Porfirio Altamirano
Masaya
83776568 (Contact)
pgatoruno@gmail.com

Proyecto:
Ing. Porfirio Altamirano.
managua

De:
IMISA
Giovanni Pallais
Carretera Norte, del Nuevo
Diario 2c. abajo.
Managua
87666618 (Teléfono Móvil)

- Elaborar cheque a nombre de Importadora de Maquinaria Industrial , S.A
- Tiempo de Validez de la Oferta : 30 Dias
- Condiciones de Pago : Contado
- Garantía para Equipos : 12 meses por desperfectos de fabrica.
- Asesoría en el uso y manejo adecuado de los equipos.
- Tiempo de Entrega: Inmediata segun Existencia , de lo contrario de 4 - 6 Semanas
- Para la instalación deben existir las conexiones o esperas necesarias como : energía eléctrica adecuada para el equipo, tomas de gas y garantizar el acceso de los equipos al taller para su debida instalación.



RUC J0310000132682

Artículo	Cnt.	Descripción	Venta	Venta Total
----------	------	-------------	-------	-------------

Ing. Porfirio Altamirano.

Initial: _____
Page 1 of 3







IMISA			Fecha	
			9/5/2014	
Artículo	Cnt.	Descripción	Venta	Venta Total
1	1 ea	EXHIBIDOR DE CARNES  Refrimate Modelo No. EAEXM-2000 Por Paquete: ea Exhibidor frio horizontal Ideal para carnicos Vidrio frontal curvo. Estructura de acero inoxidable Doble barra de acero para colgar carne 2 niveles de exhibicion Contenedores de acero para la carne Termostato para control de temperatura Rango de temperatura: 3oC a 10oC. Top superior en acero inoxidable Iluminacion interior fluorescente Serpentina superior y placa fria inferior Refrigerante: R134a. Medidas: 2 m frente x 1.28 m fondo x 1.56 m alto Modelo EAEXM2000 Marca Refrimate	\$5,220.00	\$5,220.00
2	1 ea	ESTANTERIA METALICA PARA FRUTAS  Chef Modelo No. 1390 Por Paquete: ea Estanteria metalica para frutas tipo isla	\$700.00	\$700.00
3	1 ea	SIERRA PARA HUESO PROFESIONAL  Metviza Modelo No. SFGP Por Paquete: ea Sierra para hueso profesional Modelo de piso Hoja de sierra en acero templado Dispositivo para ajuste del grosor del corte Estructura con acabados de pintura epoxica Altura util de trabajo: 37 cm Motor de 1.5 CV Voltaje: 220V Area de trabajo en acero inoxidable: 0.41 m x 0.76 m Medidas totales: 1.72 m alto x 0.87 m fondo x 1.37 m ancho Modelo SFGP Marca Metviza (Brasil)	\$1,440.00	\$1,440.00

Ing. Portirio Altamirano.

Initial: _____
Page 2 of 3



ANEXOS

IMISA			Fecha	
			9/5/2014	
Artículo	Cnt.	Descripción	Venta	Venta Total
4	1 ea	WORK TABLE  Johnson-Rose Modelo No. 83096 Por Paquete: ea mesa de trabajo, 243.84cmde ancho x 76.2cmD, entrepaño galvanizado, patas y pata conector (3 juegos), 18 , plástico pies en forma de bala ajustables, #430 de acero inoxidable (#4 acabado) , NSF	\$400.00	\$400.00
5	1 ea	PORTION SCALE  Johnson-Rose Modelo No. 3689 Por Paquete: 6 ea Balanza, 22 libra(s). x 1 onzas. (10 Kg x 40G) (de) capacidad, 18.0975cmde ancho x 26.67cmde profundidad x 26.9875cmH, tipo dial, de carga en la parte superior, dial rotativo, parte de adelante inclinada, acabado de esmalte horneado blanco	\$45.00	\$45.00
6	1 ea	VITRINA  Refrimate Modelo No. VPCX800 Por Paquete: ea Vitrina Exhibidora Neutra, Vidrio Curvo, Exterior e Interior de Acero Inoxidable, Area para colocar Caja Registradora	\$750.00	\$750.00
7	1 ea	EXHIBIDOR VERTICAL  Refrimate Modelo No. VCM-4P Por Paquete: ea Exhibidor frío de 4 puertas de vidrio Medidas: 2.87 mts. frente x 0.74 mts. fondo x 2.05 mts. alto	\$4,590.00	\$4,590.00
			Mercadería	\$13,145.00
			Impuestos (15%)	\$1,971.75
			TOTAL	\$15,116.75


Aceptado por: _____

Fecha: _____

Nombre en Imprenta: _____

**FOGEL DE NICARAGUA, S.A.****VIVE EL FRIO !!**Km. 5.5 Carretera Norte 300 mts norte. Telf: 2249-0710 Fax: 2249-0810
www.fogel.com.ni**PROFORMA****Cliente:** Porfirio Altamirano**Fecha:** 25-Jun-14**Atención:** El mismo**No. Prof.** 99219773**Dirección:** Managua**E-mail:** porfirio.altamirano@maquipos.com.ni**Fax/Telf:** 8377-8568

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	PRECIO UNITARIO	DESC. UNIT	SUB TOTAL
031794	DECK-26 Vitrina de Refrigeración Fogel	1	1,688.59	168.86	1,519.73
031834	MIRAGE-4-MO-R Mostrador Refrigerado con regulador de voltaje	1	2,845.71	284.57	2,561.14
031832	MIRAGE-4-DC-R con regulador de Voltaje	1	3,157.53	315.75	2,841.78
Equipos de refrigeración comercial. Ver especificaciones en brochures adjuntos. Descuentos reflejados del 10% aplican para pago de contado efectivo. Proforma sujeta a inventario.					



Plazos	Primas	Cuotas
	0.00	0.00
	0.00	0.00
	0.00	0.00

Entrega:	En equipos inmediata
Garantía:	12 Meses
Forma de pago:	Efectivo(No Tarjeta)
Plazo:	Contado

LISTA: LISTA ACTUAL

PROFORMA VALIDA POR 8 DIAS

EXENTOS DE RETENCION DEL 1 % DEL IR Y ALCALDIA

PROVEEDOR DEL ESTADO No. 01196

TIPO DE CAMBIO PARA PAGOS EN CORDOBAS DURANTE EL MES 26 X US \$1.00

SUB TOTAL	\$ 6,922.65
IVA	\$ 1,038.40
TOTAL	\$ 7,961.04



Comprometidos con
sus necesidades en la
exhibición y almacenaje
de sus productos

ESTANTERIAS Y SISTEMAS

ESPECIALISTAS EN SISTEMAS DE ALMACENAMIENTO

RUC 0010308670056W

Managua, 29 de Agosto de 2014



ESTANTES METALICOS
DE ANGULAR RANURADO
PARA CARGAS SEMIPESADA



GONDOLA
DOBLE PARA
EXHIBICION
EN PASILLOS



GONDOLA
SENCILLA PARA
EXHIBICION
EN PAREDES



TODO EN MUEBLES DE OFICINA



ESTANTERIA RACKS
PARA PALETIZACION
CARGAS PESADAS

SEÑORES

MAQUIPOS

Atención: **PORFIRIO ALTAMIRANO**

Coordinador de Garantías

TEL. 2268 4225 CEL. 8239 1410

Managua

Estamos presentando cotización referente a estantería solicitada por usted.

1. ESPECIFICACIONES TECNICAS ESTANTES:

- * Serán fabricados totalmente empernados (no electro soldados)
- * Con angular ranurado de 1½x1½x1/8" para los parales (verticales)
- * Lamina metálica negra calibre 0.70mm para niveles de carga.
- * La capacidad de carga es de 200 lbs x panel en carga distribuida.
- * Aplicación total de pintura fast dry en color GRIS.
- * Protectores de goma en el extremo de cada paral como aislante contra la humedad y para proteger el piso de posibles rayones.

2. PROPUESTA ANGULO RANURADO

CANT	DESCRIPCION	P.V.U.	SUBTOTAL
1	Estantes de 2.00m de largo x 2.00m alto x 4 niveles de 0.50m fondo	C\$ 4,000.00	C\$ 4,000.00
		SUB TOTAL	C\$ 4,000.00
		I.V.A.	C\$ 600.00
		TOTAL	C\$ 4,600.00

3. CONDICIONES DE LA OFERTA:

- * **FORMA DE PAGO:** Contra entrega.
- * **LA OFERTA INCLUYE:** Materiales, instalación, transporte en Managua.
- * **TIEMPO DE ENTREGA:** 2 días después de aceptada la orden
- * **GARANTÍA:** TOTAL DE UN AÑO.

Saludos cordiales,

Ino. Donald Dayan Montenegro
Gerente Propietario
Tel 2260 2575 – 888 555 16





Comprometidos con sus necesidades en la exhibición y almacenaje de sus productos

ESTANTERIAS Y SISTEMAS

ESPECIALISTAS EN SISTEMAS DE ALMACENAMIENTO

RUC 0010308670056W

Managua,
29 de Agosto de 2014



ESTANTES METALICOS DE ANGULAR RANURADO PARA CARGAS SEMIPESADA

SEÑORES
MAQUIPOS
Atención: **PORFIRIO ALTAMIRANO**
Coordinador de Garantías
TEL. 2268 4225 CEL. 8239 1410
Managua

PROPUESTA DE GONDOLA METALICA

1. DESCRIPCION TECNICA:

- Estante tipo góndola doble (para pasillo) de 1.80m alto, por 1.22m de frente con base de 0.50m a cada lado más 3 niveles de 0.40m. de fondo.
- El sistema y cada panel es de construcción metálica con lámina lisa negra de 0.70mm de espesor.
- Con forro vertical de cartón comprimido perforado.
- Los paneles tienen alta capacidad de carga de 100 lbs. cada uno y están reforzados con tensor longitudinal en cada uno.
- Pintura de alta resistencia a la fricción y acabado perfecto.

2. COTIZACION DE GONDOLAS:

CANT	DESCRIPCION	P.V.U.	SUB TOTAL		
1	Gondola doble	\$350.00	\$350.00		
		I.V.A.	\$52.50		
		TOTAL INVERSION	\$402.50		

3. CONDICIONES DE LA OFERTA:

- + FORMA DE PAGO: contra entrega
- + TIEMPO DE ENTREGA: 3 días.
- + GARANTÍA: Total según especificación de carga
- + CK. A NOMBRE DE: **Donald A. Payan Montenegro.**
- + NOTA: Precios incluyen instalación y transporte en Managua.

Saludos cordiales,

Ing. DONALD PAYAN MONTENEGRO
Gerente Propietario
CEL. 888 555 16



GONDOLA DOBLE PARA EXHIBICION EN PASILLOS

GONDOLA SENCILLA PARA EXHIBICION EN PAREDES

TODO EN MUEBLES DE OFICINA



ESTANTERIA RACKS PARA PALETIZACION CARGAS PESADAS

Bo. San Judas del Ceibo 4 c. abajo, 2 c. al sur 10 vrs al este m/d • Tels.: 2260-2575 - Fax: 2254-0723 - Cel.: 8885-5516 - 8872 - 0184
E-mail: estanteriasysistemas2005@yahoo.es * www.estanteriasysistemas.com



SABALLOS MAQUINARIA



P.O. BOX C-76

Bosques de Altamira No.508. Farmacia Sta. Ave. ½ C. al lago.
 Telefax 22706808 - Teléfonos: 22786201-22706967-22785613
 Managua, Nicaragua

E-mail: asistente.ventas@saballosmaquinaria.com.ni
 www.saballosmaquinaria.com.ni

COTIZACION

CLIENTE

NOMBRE:	PORFIRIO ALTAMIRANO	CONSECUTIVO:	SM-1470-14
ATENCION:		FECHA:	28 de agosto de 2014
DIRECCION:	porfirio.altamirano@maquinos.com.ni	VENDEDOR:	OFICINA
TEL:	83776568	CELULAR:	22785613 EXT 123

ITEM	CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT	SUB TOTAL
1	1	Lector de códigos de barras, marca DATALOGIC, modelo Heron, puerto USB, pedestal manos libres incluido.	\$ 170.00	\$ 170.00
2	1	Lector QuickScan Lite QW2100 es un producto básico creado específicamente para leer códigos de barras largos y truncados. Línea de lectura delgada y prolongada- Datalogic Green Spot para confirmación de buena lectura: Indicadores de lectura beeper (tono ajustable); punto verde datalogic comprobación de lectura correcta; LED de lectura correcta; buena transmisión- Fabricado con caucho sobre moldeado para protegerlo en las caídas- Soporte compacto y de posiciones múltiples- Clasificación de cierre hermético contra el agua y las partículas: IP42- Resistencia a caídas de 1,5 m- Capacidad de decodificación: 1D / códigos lineales autodiscrimina todos los códigos estándar 1D incluyendo códigos Lineales GS1 databa. (B01-S61)	\$ 145.00	\$ 145.00
3	1	Lectores de códigos de barras, marca DATALOGIC, modelo Quickscan L. Cable USB y stand manos libres incluido. El lector QuickScan L cuenta con una gran velocidad de lectura y puede leer un amplio rango de simbologías, incluso la mayoría de los códigos 1D además de códigos lineales GS1 DataBar™.	\$ 165.00	\$ 165.00
Observaciones:			Sub Total	\$ 480.00
1.- Soporte técnico Local.			IVA 15%	\$ 72.00
2.- Cheque a nombre de Saballos Maquinaria y/o Alfredo Saballos Vargas.				
Tipo de cambio paralelo al bancentro				
3.-Garantía de un año.				
4.Si al momento de facturar usted es exento debiera presentar carta de exoneracion con firma y sello en original. De no presentar este documento debiera pagar el IVA de la factura.			TOTAL	\$ 552.00





SABALLOS MAQUINARIA



P.O.BOX C-76

Bosques de Altamira No. 508. Farmacia Sta. Ave. 1/2 C. al lago.
 Telefax 22785613- Teléfonos: 22786201-22706808-22785613 Ext 123
 Managua, Nicaragua

E-mail: asistente.ventas@saballosmaquinaria.com.ni
www.saballosmaquinaria.com.ni

NOMBRE:	PORFIRIO ALTAMIRANO	CONSECUTIVO:	SM-1567-14
ATENCION:		FECHA:	17/09/2014
DIRECCION:	porfirio.altamirano@maquios.com.ni	VENDEDOR:	OFICINA
TEL:	83776568	CELL:	22706808-22785613 Ext 123.

#	CAN	DESCRIPCIÓN	P.UNITARIO	S.TOTAL
1	1	Impresora de recibo Samsung Bixolon modelo SRP270 <u>(ENTREGA INMEDIATA)</u> Impresora especial para puntos de ventas para comprobantes de recibo, matricial, sistema operativo compatible Windows 95 ó superior.	U\$203.00 	U\$203.00
2	1	Sistema de inventario y facturación	U\$550.00	U\$550.00
3	50	Rollos de papel para impresoras Papel para impresoras de recibos, con medida de 3 metros de largo y 3 pulgadas de ancho. Tenemos en dos presentaciones: en original y copia o solo original. El precio por caja a partir de 50 unidades es de \$1.65 + IVA.	U\$1.65 	U\$82.50
4	1	Cintas de impresoras de recibos Cintas para POS de color negro intenso, cinta de alta densidad. Por la compra de 3, se lleva la cuarta gratis.	U\$5.50	U\$5.50
5	1	Caja de efectivo Dynapos, MS Cash Drawer, con 5 depósitos para billetes y 5 depósitos para monedas.	U\$105.00 	U\$105.00
Observaciones: <ul style="list-style-type: none"> • Colización válida por 8 días • Tipo de cambio paralelo del BANCENTRO al cancelar. • Los equipos tienen garantía de 1 año • Tipo de cambio al día de hoy C\$26.46 Córdobas 			SUBTOTAL	U\$ 946.00
			IVA	U\$ 141.90
			TOTAL	U\$ 1,087.90

FORMA DE PAGO

TIEMPO DE ENTREGA

EFFECTIVO, TARJETA DE CREDITO O TRANSFERENCIA BANCARIA, NO ACEPTAMOS CHEQUES	ARRIBA DESCRITO
--	-----------------

Ruth Cruz Cuarezma

Departamento de Ventas

asistente.ventas@saballosmaquinaria.com.ni

Tel.505-2278-5613/2270-6967/2278-6201/2270-6808 Ext.123

El Cliente es la Razón de Nuestro Esfuerzo



**FERRETERIA LUGO, S.A.****Proforma:188678**

Km ½ Carretera Masaya

Teléfonos 2267-0944, 2267-5803, 2270-3782 Fax 2277-3913 email:

RUC No. J0310000003297 Apartado No. 1664

Pag 1

Cliente: 000000

PORFIRIO

Atendido por: Dania

Ciudad: ,

Dirección: ,

Telf: 0

Fecha: 25/06/2014

Observ: *** PROFORMA VALIDA A PARTIR DE 4 DIAS DE LA FECHA DE ELABORACION ***

Codigo	Descripcion	IVA	Unid Cantidad Med	Precio de Venta	Sub Total	Descuento	Total
61125	Balanza Reloj con Plato 40Lb #	G	2.00 PZA	700.10	1,400.20	0.00	1,400.20
Fecha de impresión :25/06/2014				Totales	1,400.20	0.00	1,400.20
*** Estimado Cliente, estamos exentos de Retención del 1% ***				IVA			210.03
Tipo de Cambio 25.9300		Total en US\$ 62.09		Gran Total			1,610.23



RUC# J0310000156360
CALLE PRINCIPAL DE ALTAMIRA
FERRETERIA ROBERTO MORALES
100MTS SUR
PBX: 2252-4204 ext 212

Nombre : PORFIRIO ALTAMIRANO	Fecha : 25-jun-14
Atención :	Asesor: KARLA LIZANO
Email:	Celular: 82256081
Teléfono:	Fax : klizano@sevasaonline.com

Cant.	Descripción	P. Unit	P.Total
1	COMPUTADOR CLON 4TA GEN Case NEGRO , Fuente de Poder de 600W Tarjeta Madre MSI H81M-P33 LGA1150 Supports 4th Gen Intel® Core™ / Pentium® / Celeron® Procesador Socket LGA 1150 Soporta DDR3 Memory 1066/1333/1600 MHz USB 3.0 + SATA 6Gb/s PROCESADOR CORE I3 3.5 ghz 4150 LGA 1150 Memoria DDR3 2 GB 1333 MHZ Disco duro 500 GB 3.5" sata Quemador de CD-DVDRW Lector de Tarjeta Interno (Card Reader) MONITOR DE 15.6 LED AOC Teclado USB, Mouse USB, Parlantes UPS FORZA DE 500 Garantía 1 Año, 3 Años el Monitor EXENTOS DEL IMI 1%	\$416.32	\$416.32
Sub Total			\$416.32
IVA 16%			\$62.30
Total General			\$477.62
Total cordobas			C\$ 12,465.83

Forma de Pago

Retención IR a nombre de SEVASA
NO ACEPTAMOS CHEQUES personales
Hacer ck a nombre de: SEVASA (Bancentro y BAC)
BANPRO : SEVASA
BDF : Edwin Espinoza Zuniga
Tipo de cambio: 26.10
Vencimiento de Oferta : 10 DIAS

ING. KARLA LIZANO
ASESORA DE VENTAS

EXENTOS DEL IMI

Tiempo de Garantía: 1 año PC , Accesorios 1 mes
Tiempo de Entrega: Inmediato con previa anticipación

Precios Sujetos a Cambios



SERVICIOS CONTRA INCENDIOS
EBEN-EZER®

- Equipos de Protección Personal
- Venta y Recarga de Extintores
- Venta de Gabinetes, Mangueras y Accesorios
- Capacitación de Brigadas Contra Incendios
- Fábrica de Todo Tipo de Rotulos
- Venta de Trajes y Equipos de Bomberos
- Sistemas de Video CCTV Control de Acceso

MARTINEZ OSABA & CIA. LTDA.

RUC: J0910000083450

COTIZACION: 006252

Tipo: CONTADO		Moneda: C\$		Fecha: 28/06/2014	
Cliente: 10467-PORPIRIO ALTAMIRANO					
Contacto:					
Direccion: MAQUIPOS Telefono No. 22781854					
Asesor 20-NEYLIN JAIME Email: ventas@tuextinguidor.com.ni de Ventas:					
Observacion					
Codigo	Cantidad	Descripcion del Producto		Unitario	Total
48	1	Extintor de 10 lbs ABC MARCA. TORNADO MODELO. OMANGS10 APROBADO. ANSI/UL299 ANSI /UL711 ISO DGRN		750.00	750.00
302	1	ROTULOS DE EXTINTOR ROTULOS DE EXTINTOR A UN COSTO DE C\$ 75		0.00	0.00
----- ULTIMA LINEA -----					
EMITIR CHEQUE A NOMBRE DE: MARTINEZ OSABA & CIA. LTDA.				SUB-TOTAL	750.00
				DESCUENTO	0.00
				IVA	112.50
				TOTAL C\$	862.50





ANEXOS



MOBI-EQUIPOS. S.A.
Mueblarios y Equipos de Oficina
Escolares, Hospitalarios, Mercadería en General
E-mail: ventas1@mobi-equipos.com • ventas2@mobi-equipos.com
• www.mobi-equipos.com
No. RUC: j0310000113254
COTIZACION No. 7214

Pista Juan Pablo
Puente El Paraíso 20 vrs. Aba
Teléfonos: 2249-4416 • 2240-013
2249-1661 • Fax: 2248-118
Apdo. Postal: 156

CLIENTE
ATENCIÓN
DIRECCIÓN
E-MAIL

LIC. PORFIRIO ALTAMIRANO
EL MISMO

FECHA: 19/09/2014
TEL: 2263-1898
CEL:
EXT.

CANT	DESCRIPCION	UNIT US	TOTAL US
1	MUEBLE PARA CAJA CON PASAMANOS DOS GAVETAS LATERALES PRIMERA CON CERRADURA AMBAS MANILLAS, PORTA TECLADO CORREDIZO Y PASA CABLES ELABORADO EN AGLOMERADO MELAMINICO COLOR MADERA MIDE: 1.50 X 1.50	380.00	380.00
TRANSPORTE INCLUIDO DENTRO DEL PERIMETRO DE MANAGUA ESTE ES PROGRAMADO 24 HORAS DESPUES DE FACTURADO			
VIGENCIA DE PRECIOS: 15 DIAS FORMA DE PAGO: CONTADO CONTRA ENTREGA TIEMPO DE ENTREGA: 8- DIAS HABILES OBSERVACION: SOMOS FABRICANTES DIRECTOS, NUESTROS MUEBLES GOZAN DE GARANTIA DE 12 MESES. ESTAMOS SUJETOS AL 2% RETENCION.			
ELABORAR CHEQUE A NOMBRE DE MOBI-EQUIPOS, S.A.			
		SUB.TOTAL US	380.00
		IVA 15% US	57.00
		TOTAL US	437.00

ANA MEZA SILVA
CEL. 8266-9131
TELF. 22491981-22400132

Correo: AtencionAlCliente@mobi-equipos.com



RECIBI CONFORME:



**OFRECE:**

Fabricamos e Importamos.

RUC J0910000153520

*Tel (595) 22-11 2267 *Teléfax (595) 2252 9239 *Cables (595) 99-12 1917 / 9925 2399

e-mail: tercerocomercial@gmail.com / tercerocomercialgerencia@hotmail.com

[illegible]



ANEXOS



MOBI-EQUIPOS, S.A.

Moviliarios y Equipos de Oficina
Escolares, Hospitalarios, Mercadería en General
E-mail: ventas1@mobi-equipos.com • ventas2@mobi-equipos.com
• www.mobi-equipos.com
No. RUC: 0310000113254

Pista Juan Pablo I
Puente El Paraíso 20 vrs. Abajo
Teléfonos: 2249-4416 • 2240-0132
2249-1661 • Fax: 2248-1182
Apdo. Postal: 1567

COTIZACION No. 7202

CLIENTE
ATENCIÓN
DIRECCIÓN
E-MAIL

PORFIRIO ALTAMIRANO
EL MISMO

FECHA: 18/09/2014
TEL: 8377-6568
CEL:
EXT.

CANT	DESCRIPCION	UNIT US	TOTAL US
1	ESCRITORIO METALICO SECRETARIAL 2-GAVETAS CUBIERTA MELAMINA COLOR MADERA EL METAL PINTADO EN COLOR BÉIGE MIDE 24X47	110.00	110.00
1	SILLA SEMI EJECUTIVA CON BRAZOS RESPALDO DE MALLA SISTEMA HIDRAULICO PARA REGULACION DE ALTURA BASE CROMADA COD. IBERO	120.00	120.00
TRANSPORTE INCLUIDO DENTRO DEL PERIMETRO DE MANAGUA ESTE ES PROGRAMADO 24 HORAS DESPUES DE FACTURADO			
VIGENCIA DE PRECIOS: 15 DIAS FORMA DE PAGO: CONTADO CONTRA ENTREGA TIEMPO DE ENTREGA: INMEDIATO OBSERVACION: SOMOS FABRICANTES DIRECTOS, NUESTROS MUEBLES GOZAN DE GARANTIA DE 12 MESES. ESTAMOS SUJETOS AL 2% RETENCION.			
ELABORAR CHEQUE A NOMBRE DE MOBI-EQUIPOS, S.A.		SUB.TOTAL US	230.00
		IVA 15% US	34.50
		TOTAL US	264.50

ANA MEZA SILVA

CEL. 8266-9131

TELF. 22481661, 22400132

Correo: AtencionAlCliente@mobi-equipos.com



RECIBI CONFORME:





Pág. 1

COMERCIAL GILKAR, S.A.

SORIAL

22-septiembre-2014

Cine Salinas, 4 C. Abajo, 1 1/2 C. al Lago, Campo Bruce.

01:00:00p.m.

Telefax: 2248-4439 / 2248-3871 / 2240-1299

Ord.:

Cotización No.: 00032561

Cod.: 000000	Ciente: PORFIRIO ALTAMIRANO	Fecha: 22-sep-2014	Contado
Atención:		Vendedor: OFICINA	
Dirección:	eMail:		
Teléfono:	Fax:		

Item Código	Cantidad Medida	Descripción	Marca	%Dsc	P. Unitario	Tot. Exento	Tot. Gravado
1 FC S16-H	3UNIDAD	SILLA DE ESPERA DAMASCO S/BRAZO	OFFICE S	0.00	720.00	0.00	2,160.00

NUEVO RUC: J0310000125961

Precios y Cantidades se mantienen por 15 días.

Sub-Total:	0.00	2,160.00
Descuento:	0.00	0.00
Total:	0.00	2,160.00
Impuesto:		324.00
Retención:		0.00
Total Neto:	0.00	2,484.00
Gran Total:		2,484.00

Elaborado por
OFICINA

Autorizado por

Recibido

**METALURGICA "MARTINEZ"**

Ministerio de Trabajo, 3 c. Abajo • Managua, Nicaragua

Telefax: 266-9261 • Teléfono: 088 50176

E-mail: martinezventas2009@yahoo.es

RUC N° 001-200368-0068K**PRESUPUESTO**

Proforma N° 89



Managua, Nicaragua 22 de Septiembre del 2014

Cliente: PORFIRIO ALTAMIRANOCorreo/ Email: pgatoruno@gmail.comAtencion: PORFIRIO ALTAMIRANOTelefono: 8377-6568

Direccion:

Fecha de

Entrega:

FORMA DE PAGO 60% ANTICIPO Y 40% CONTRAENTREGA, NO INCLUYE TRANSPORTE

Oferta valida por 08 días y sujetas a cambios según fluctuaciones del mercado

Con el afan de sastifacer a quienes, les estamos presentando la cotizacion de los siguientes productos:

CANTIDAD	DESCRIPCION DEL TRABAJO	COSTO UNITARIO	SUB TOTAL
4	I OPCION:ELABORACION DE ESTANTE METALICO DE 4 MTS DE LARGO X 2 MTS DE ALTO X 0.40CM DE FONDO ENTREGADO EN 4 DIVICIONES (4 ESTANTES DE 1MT). MATERIALES: ANGULAR DE 1 1/2 TOTALMENTE RANURADO SEGUN FOTOGRAFIA ENVIADA. LAMINA DE 1MM. PINTURA. PERNOS. PLACAS	\$185.00	\$740.00
4	II OPCION:ELABORACION DE ESTANTE METALICO DE 4 MTS DE LARGO X 2 MTS DE ALTO X 0.40CM DE FONDO ENTREGADO EN 4 DIVICIONES (4 ESTANTES DE 1MT). MATERIALES: ANGULAR DE 1 1/2 X 1/8. LAMINA DE 1MM. PINTURA. PERNOS. PLACAS	\$160.00	\$640.00
	TIPO DE CAMBIO PARA EL MES DE SEPTIEMBRE 26.27		
	Opciones de pago: Cuentas Bancentro	SUBTOTAL	\$1,380.00
	Cordobas: 300533736 Dolares 301500837	I.V.A	\$207.00
	Cuenta en Banpro: Cordobas 10011407434664	TOTAL	\$1,587.00

NOTAS: No aceptamos Orden de Compra (Solamente Anticipo & Cancelacion),
No realizamos devoluciones de dinero, La entrega de Articulos se hara hasta que este totalmente cancelado, Aceptamos Carta de Exoneracion, Retenciones en base al 2% del Sub total Firmada y Sellada, Despues de 5 dias terminado su producto se cobrara bodegaaje.

Presupuesto/ Proyecto

CHRISTHAM BERMUDEZ

86818202

Cheque a nombre de ALLAN MARTINEZ MAYORGA

**FOGEL DE NICARAGUA, S.A.****VIVE EL FRIO !!**

Km. 5.5 Carretera Norte 300 mts norte. Tel: 2249-0710 Fax: 2249-0810

www.fogel.com.ni



Sostenibilidad con responsabilidad.

PROFORMA**Cliente:** Maquinarias y Equipos, S.A. MAQUIPOS**Fecha:** 23-sep-14**Atención:** Porfirio Altamirano**No. Prof.** 99220876**Dirección:** Managua**E-mail:** porfirio.altamirano@maquipos.com.ni**Fax/Tel:** 8239-1410, 8377-8568

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	PRECIO UNITARIO	DESC. UNIT	SUB TOTAL
050237	YLRS-A Enfriador de agua Fria y al tiempo	1	203.07	26.48	176.58
031518	FLORENCIA-11-MAC Congelador Horizontal 11 PC.	1	1,077.52	140.54	936.98
Dispensador de agua fria y al tiempo, y congelador horizontal de 11 pie cúbicos de 300-350 libras, marca FOGEL. Los equipos llevan reflejado un descuento del 10% que aplica para pago de contado efectivo o Ck. Ver especificaciones en brochure adjunto.					



Plazos	Primas	Cuotas
	0.00	0.00
	0.00	0.00
	0.00	0.00

Entrega:	En equipos inmediata
Garantía:	12 Meses
Forma de pago:	Efectivo o Ck
Plazo:	Contado

LISTA: LISTA ACTUAL

PROFORMA VALIDA POR 8 DIAS

EXENTOS DE RETENCION DEL 1 % DEL IR Y ALCALDIA

PROVEEDOR DEL ESTADO No. 01196

TIPO DE CAMBIO PARA PAGOS EN CORDOBAS DURANTE EL MES 26.45 X US \$1.00

SUB TOTAL	\$ 1,113.56
IVA	\$ 167.03
TOTAL	\$ 1,280.59

ASESOR: LIGIA OLIVARES



Managua 10 octubre 2014

Garantías

2 año o 50,000.00 Km (lo que ocurra primero)

3 Chequeos de mano de obra gratis (1,500, 5,000 y 10,000 KM)

Señor

Porfirio AltamiranoToruño

Por este medio tenemos el agrado de presentarle las especificaciones y cotización de de nuestro vehiculo, marca Change

CARACTERISTICAS TECNICAS GENERALES:

* Modelo	CH1012
* <u>Tipo</u>	: Camión cabina sencilla tina, 2 puertas
* <u>Año</u>	2014
* Motor	: Motor de 4 cilindros, combustible gasolina,940 cc,
* Potencia máxima	43 H.P.
* Capacidad	En cabina, 2 pasajeros y tina para-0.5 toneladas de carga
* Caja de Velocidades:	Manual, 5 velocidades sincronizadas hacia adelante y 1 hacia atrás
* Transmisión	Mecánica, sencilla
* Sistema de suspensión:	Delantera tipo MacPherson y Trasera tipo ballestas (hojas de resortes)
* Sistema de frenos:	Delanteros Discos Ventilados y Traseros de Tambor
* Llantas	4 llantas 155R12LT

EQUIPADO CON:

* Radio /AM/FM.	* Llanta de repuesto
* Cinturones	* Tapon de combustible
* Manual del conductor	* Tapizado de Tela
* Espejos laterales	* Tina Metalica
* Luz Interior.	
* Bolso de herramientas	

Atentamente,

\$6,500.00

CLAUDIA DIAZ
VICE-GERENTE DE MARCA
DIVEA S.A.
Autos Nuevos
[Tel:22684556 EXT.41/ 87670562](tel:22684556)



ANEXOS



SERVICIOS CONTRA INCENDIOS
EBEN-EZER®

• Equipos de Protección Personal
• Venta y Recarga de Extintores
• Venta de Gabinetes, Mangueras y Accesorios
• Capacitación de Brigadas Contra Incendios

• Fábrica de Todo Tipo de Rótulos
• Venta de Trajes y Equipos de Bomberos
• Sistemas de Video CCTV Control de Accesos

MARTINEZ OSABA & CIA. LTDA.

RUC: J0910000083450

COTIZACION: 008510

Tipo: CONTADO		Moneda: C\$		Fecha: 22/10/2014	
Cliente: 10467-PORFIRIO ALTAMIRANO					
Contacto:					
Direccion: MAQUIPOS Telefono No. 22781854					
Asesor 20-NEYLIN JAIME Email: ventas@tuextinguidor.com.ni de Ventas:					
Observacion					
Codigo	Cantidad	Descripcion del Producto		Unitario	Total
373	1	(ESI) ROTULOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL PVC 2MM 0.20X0.30 PELIGRO CAIDA DE OBJETOS		80.00	80.00
373	1	(ESI) ROTULOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL PVC 2MM 0.20X0.30 BOTIQUIN		80.00	80.00
373	1	(ESI) ROTULOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL PVC 2MM 0.20X0.30 USO OBLIGATORIO DE PAJA		80.00	80.00
373	1	(ESI) ROTULOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL PVC 2MM 0.20X0.30 PELIGRO RIESGO ELECTRICIO		80.00	80.00
376	1	(ESI) ROTULOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL PVC 2MM 0.30X0.40 USO OBLIGATORIO DE COPIA		140.00	140.00
374	1	(ESI) ROTULOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL PVC 2MM 0.40X0.20 RUTA DE EVacuACION		120.00	120.00
373	1	(ESI) ROTULOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL PVC 2MM 0.20X0.30 EXTINTOR		80.00	80.00
373	1	(ESI) ROTULOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL PVC 2MM 0.20X0.30 USO DE GUANTES		80.00	80.00
373	1	(ESI) ROTULOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL PVC 2MM 0.20X0.30 USO OBLIGATORIO DE MANDILES		80.00	80.00
373	1	(ESI) ROTULOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL PVC 2MM 0.20X0.30 USO OBLIGATORIO DE CASCO		80.00	80.00
----- ULTIMA LINEA -----					
EMITIR CHEQUE A NOMBRE DE:				SUB-TOTAL	900.00
MARTINEZ OSABA & CIA. LTDA.				DESCUENTO	0.00
				IVA	135.00
				TOTAL C\$	1,035.00

Página No.: 1/1

Fecha Impresión: 22/10/2014 02:07:55 PM

Costado Oeste Plaza Oriental II / Teléfonos: 2254-6991 • 2254-7284 www.tuextinguidor.com.ni





ANEXO N° 6



CONTROL DE PLAGAS: 40% CONTROLAN LOS QUIMICOS Y 60% CULTURAL.

Managua, 05 de Noviembre del 2014.

Atención: **Sr. Porfirio Altamirano**
Su oficina

Por este medio tenemos el gusto de presentarle Oferta Técnica y Económica para actividades de Control General de Plagas a realizarse en Las Instalaciones Ubicadas en Masaya. De acuerdo a las siguientes características.

ALCANCES DE LOS TRABAJOS:

- ❖ Aplicación de productos biodegradables (Piretroides), para el control de Insectos Vectores, Voladores y Rastros mediante Aspersión Líquida con bombas de baja presión (muertes x contacto).
- ❖ Colocación de Cebos (Anticoagulantes), para el control de roedores (deshidratación).
- ❖ Colocación de Trampas Pegas con atrayentes), para el control de roedores
- ❖ Entrega de Certificado y Copia de Licencia de funcionamiento por fumigación realizada.
- ❖ Oferta Válida por 30 días calendario.

AREAS A FUMIGAR:

- ❖ Supermercado con un aproximado de 433mts²

TIEMPO DE APLICACIÓN:

- ❖ 1.5 Horas con un técnico en la ejecución.

GARANTIA:

- ❖ Control Efectivo con el fiel cumplimiento de nuestras recomendaciones.
- ❖ Nuestra garantía es válida por 30 días y puede ser reclamada si todas las recomendaciones fueron cumplidas a cabalidad.
- ❖ *Nuestra Garantía no cubre plagas de Moscas y Zancudos.*

NUESTRO PRECIO:

- ❖ **\$59+IVA Costo conforme a nuestras giras en días Miércoles**
- ❖ **Viaje exclusivo \$ 25+IVA Adiciones al costo**

FORMA DE PAGO: Contado (efectivo, tarjeta o cheque). Cheque a nombre de TERMINEX.

FALSO FLETE:

El cliente pagará a Terminex el valor de \$ 10.00 (diez dólares netos) en concepto de falso flete. Falso Flete: Cuando por motivos ajenos al nuestro (Terminex) el cliente no permite que nuestros técnicos realicen la aplicación (Fumigación).

RECOMENDACIONES:

- ❖ **Realizar Control General de Plagas mensualmente.**
- ❖ Revisar los productos antes de Ingresarlos a las Instalaciones para evitar traslado de plagas.
- ❖ Salir de las áreas fumigadas durante las primeras 3 horas.
- ❖ Cumplir con las Normas de Higiene para de esta manera evitar atraer las Plagas, dentro de las Instalaciones.
- ❖ Es importante firmar un contrato por aplicaciones mensuales durante un año, porque obtienen la ventaja de recibir Asesoría Técnica permanente, Asistencia y Monitoreo e Instalación de estaciones rodenticidas.

El Control General de Plagas Incluye: Roedores, Cucarachas, Zancudos, Moscas, Alacranes, Arañas, Hormigas Comunes, Zompopos, Gusanos y Clemples. Además ofrecemos controles adicionales por Abejas, Comején o Pollas, Pulgas y Garrapatas, Elepates, Chinchas, Gorgojos

Villa Fontana, Semáforos Club Terraza 1c al este, 300 mts. al sur.
PBX: 2270-4872 Cel # 8884-9571 / 8809-5290 / 8920-0491
terminex-ventas@cablenet.com.ni



CONTROL DE PLAGAS: 40% CONTROLAN LOS QUIMICOS Y 60% CULTURAL.

y Fumigación de Polines, los cuales tienen costo adicional porque requieren de un tratamiento diferente y varias aplicaciones.

Este presupuesto incluye, productos aprobados por la Agencia Protectora del Medio Ambiente (EPA), Ministerio de Salud y Ministerio de Agricultura. Asistencia Técnica altamente capacitada tanto en el ámbito nacional como Internacional.

Con el interés de atenderle profesionalmente, quedamos atentos a sus comentarios, y sin más que agregar nos suscribimos de usted.

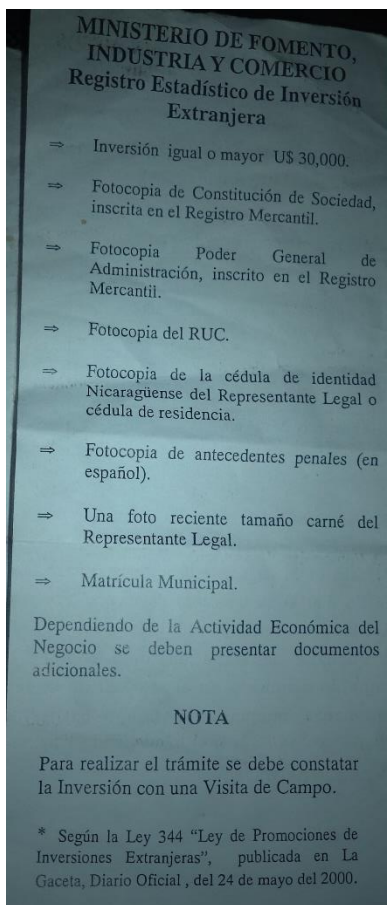
Atentamente,

Eduardo Pérez
Dpto. de Ventas

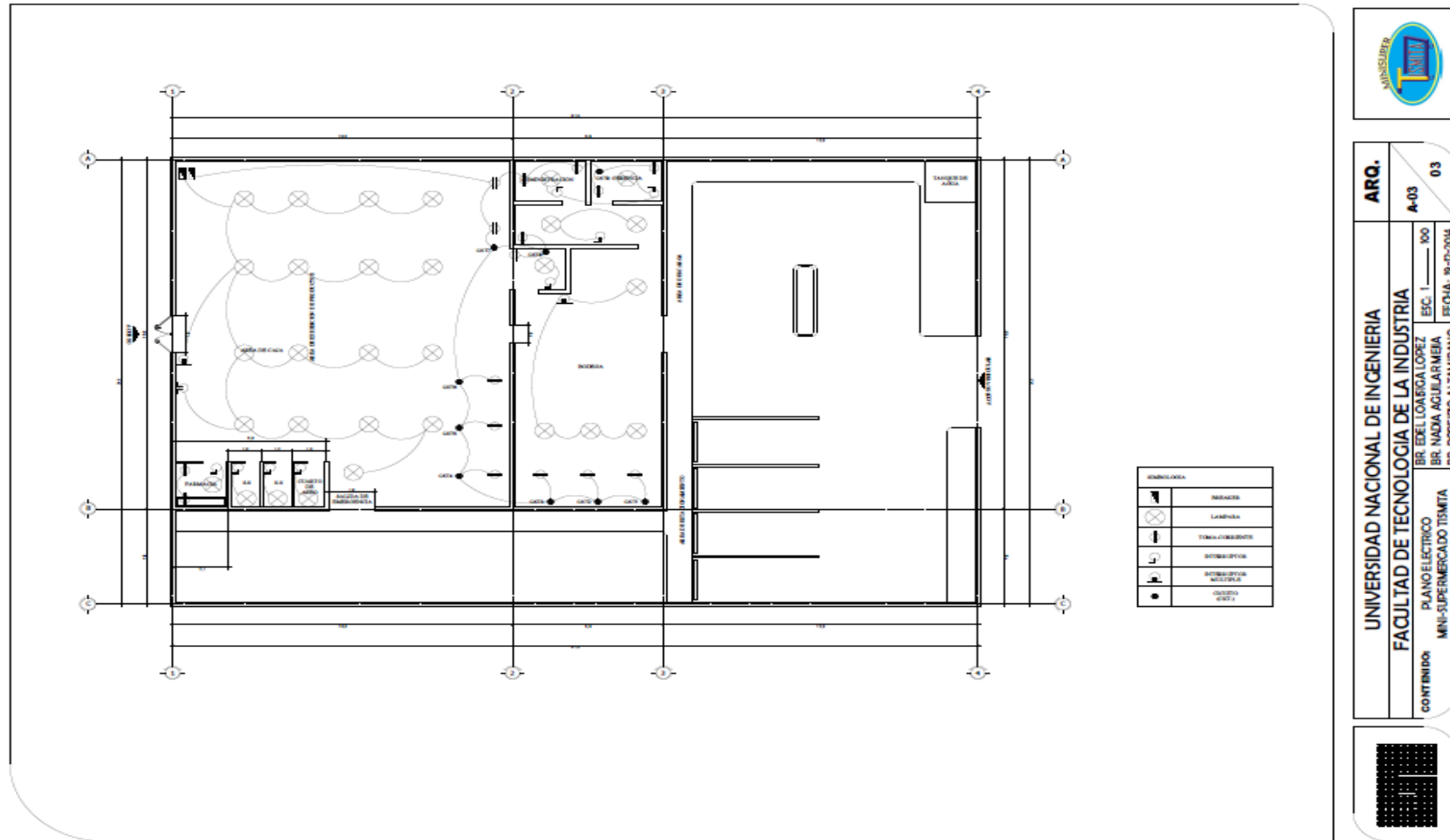
ANEXO N° 7

Aranceles de matricula de la empresa

REGISTRO MERCANTIL DE MANAGUA	DIRECCIÓN GENERAL DE INGRESOS Registro Único del Contribuyente Documento Único de Registro - DUR (DGI-ALMA-INSS)	DECLARACIONES SOBRE TRAMITE EN DGI	ALCALDÍA DE MANAGUA
<p>→ Escritura de Constitución de Sociedad, en original.</p> <p>→ Solicitud de Inscripción, como Concesionario original en papel sellado, firmada por el presidente. (Si la solicitud es firmada por un apoderado especial, se debe relacionar el poder que lo acredita y adjuntar copia).</p> <p>→ Libros contables de la empresa.</p> <p>• S.A. (Diario, Mayor, Actas y Acciones)</p> <p>• C.A. Ltda. (Diario, Mayor y Actas)</p> <p>→ Poder General de Administración, en papel</p>	<p>→ 3 Fotocopias de Constitución de Sociedad, inscrita en el Registro Mercantil.</p> <p>→ 3 Fotocopias del Poder General de Administración, inscrito en el Registro Mercantil (Si el Representante Legal es Extranjero, sin cédula de residencia en condición 1).</p> <p>→ 3 Fotocopias de cédula de identidad Nicaragüense del Representante Legal, en caso de ser extranjero presentar residencia nicaragüense en condición 1.</p> <p>→ 3 Fotocopias de cédula de identidad de cada socio (pasaporte en caso de ser extranjeros) o Copia del RUC (en caso que el socio sea Persona Jurídica).</p> <p>→ 3 Fotocopias de servicio público (agua, luz, teléfono o contrato de arriendo), para constatar domicilio del presidente.</p> <p>→ 3 Fotocopias del contrato de arriendo para constatar domicilio de la empresa.</p> <p>→ 3 Fotocopias de Poder Especial con C\$ 50.00 de timbres fiscales, si el trámite es realizado por un abogado o gestor.</p> <p>→ 3 Fotocopias de cédula de identidad del apoderado especial.</p>	<p>• Si el presidente o representante de la Empresa NO cuenta con constancia de su domicilio a su nombre, deberá presentar DECLARACION NOTARIAL, bajo la advertencia de las Penas de falso testimonio en materia penal y civil.</p> <p>• Si la empresa tiene domicilio en casa de uno de los socios se debe presentar CARTA firmada por todos los SOCIOS, expresando que están de acuerdo con el domicilio. Este mismo tratamiento si el contrato de arriendo está a nombre de uno de los socios.</p> <p>• Si el Presidente de la sociedad es extranjero debe tener cédula de residencia en condición 1, de lo contrario deberá nombrar a un representante legal nicaragüense con cédula de identidad o extranjero con residencia en condición 1, mediante poder general de administración debidamente inscrito en el Registro Mercantil.</p>	<p>El pago correspondiente a la Matrícula Municipal debe ser cancelado en la delegación de la DGI según la siguiente tabla:</p>
<p>ARANCELES</p> <p>Inscripción de Constitución</p> <p>• Capital menor o igual a C\$100,000 C\$ 1,000.00</p> <p>• Capital mayor a C\$100,000 1% del capital</p> <p>• Máximo C\$ 20,000</p> <p>Solicitud de Comerciante C\$ 300.00</p> <p>Sellado Libros Contables</p> <p>• Libros de 200 páginas C\$ 100.00 c/u</p> <p>• Más de 200 páginas C\$ 0.50 c/pág.</p> <p>Inscripción de Poder C\$ 500.00</p> <p>Los pagos de los aranceles se efectúan en las siguientes bancas:</p> <p>BANPRO: 10010303736067</p> <p>BDF: 1000011700</p> <p>A la cuenta: Corte Suprema de Justicia</p>	<p>ARANCELES</p> <p>Matrícula</p> <p>• Capital menor o igual a C\$50,000 C\$ 500.00</p> <p>• Capital mayor a C\$50,000 1% del capital</p> <p>Constancia Matrícula 1% de Matrícula</p>	<p>Si la actividad económica requiere de inspección de Medio Ambiente de la Alcaldía de Managua, se debe realizar pago de C\$ 500.00 en concepto de arancel por dictamen ambiental, abonado a la cuenta de la Alcaldía de Managua en BANPRO según lo dispuesto en el art. 20 de la ordenanza municipal no. 1 - 2013 "Daño y Multas Ambientales en el Municipio de Managua".</p>	



ANEXO N° 8.



ANEXO N° 9.



Banco Central de Nicaragua

Emitiendo confianza y estabilidad

AVISO

El Banco Central de Nicaragua informa al público en general los tipos de cambio oficial del córdoba con respecto al dólar de los Estados Unidos de América (USD) que regirán en el período abajo señalado:

TIPO DE CAMBIO OFICIAL DE 10 - 2014

Fecha	Córdoba por USD
01-October-2014	26.2768
02-October-2014	26.2803
03-October-2014	26.2838
04-October-2014	26.2873
05-October-2014	26.2908
06-October-2014	26.2943
07-October-2014	26.2979
08-October-2014	26.3014
09-October-2014	26.3049
10-October-2014	26.3084
11-October-2014	26.3119
12-October-2014	26.3154
13-October-2014	26.3190
14-October-2014	26.3225
15-October-2014	26.3260
16-October-2014	26.3295
17-October-2014	26.3330
18-October-2014	26.3366
19-October-2014	26.3401
20-October-2014	26.3436
21-October-2014	26.3471
22-October-2014	26.3506
23-October-2014	26.3542
24-October-2014	26.3577
25-October-2014	26.3612
26-October-2014	26.3647
27-October-2014	26.3683
28-October-2014	26.3718
29-October-2014	26.3753
30-October-2014	26.3788
31-October-2014	26.3824

Fecha: 29/09/2014



ANEXO N° 10.

PROFORMAS DE MANTENIMIENTO:

TECNISERVICIOS H DOS MIL S.A



PLAN DE MANTENIMIENTO DE EQUIPOS DE REFRIGERACION							
COTIZACION # 0950012D							
SRS:		PORFIRIO ALTAMIRANO				FECHA	9/23/2014
ATENCION:		ALTAMIRANO		TEL:	7758-2250,2277-0357		
DIRECCION:		MANAGUA		EMAIL:	jose@tecniservicios2000.com		
CANT	ITEM	CODIGO	DESCRIPCION			PRECIO UNITARIO	PRECIO
		51	MTTO. TECNICO PREVENTIVO DE EXIBIDOR DE 4 PUERTAS				
1			MO			\$ 50.00	\$ 50.00
1			LIQUIDO LIMPIADOR ELECTRICO			\$ 9.00	\$ 9.00
1			PENETRANTE			\$ 8.00	\$ 8.00
1							
		53	MTTO. TECNICO PREVENTIVO DE CONGELADOR				
1			MO			\$ 42.00	\$ 42.00
1			LIQUIDO LIMPIADOR ELECTRICO			\$ 9.00	\$ 9.00
1			PENETRANTE			\$ 8.00	\$ 8.00
2			GAS REFRIGERANTE			\$ 7.00	\$ 14.00
1			GASTOS DE VIAJE			\$ 40.00	\$ 40.00
TODO EQUIPO CUENTA CON UN AÑO DE GARANTIA Y GARANTIA DE MTTO. DE 1 MES						subtotal	\$ 180.00
VIGENCIA DE LA OFERTA: 30 DIAS.						IVA	\$ 27.00
						TOTAL	\$ 207.00





ANEXOS

TECNISERVICIOS H DOS MIL S.A



PLAN DE MANTENIMIENTO DE EQUIPOS DE REFRIGERACION												
COTIZACION # 0950013D												
SRS:		PORFIRIO ALTAMIRANO						FECHA		9/23/2014		
ATENCION:		ALTAMIRANO				TEL:		7758-2250,2277-0357				
DIRECCIÓN:		MANAGUA				EMAIL:		jose@tecniser.com.ni				
CANT	ITEM	CODIGO	DESCRIPCIÓN							PRECIO UNITARIO	PRECIO	
		55	MTTO. TECNICO PREVENTIVO DE EXIBIDOR DE CARNES									
1			MO							\$ 40.00	\$ 40.00	
1			LIQUIDO LIMPIADOR ELECTICO							\$ 9.00	\$ 9.00	
1			MATERIALES DE LIMPIEZA							\$ 14.00	\$ 14.00	
1												
		57	MTTO. TECNICO PREVENTIVO DE EXIBIDOR DE FRUTAS									
1			MO							\$ 40.00	\$ 40.00	
1			MATERIALES DE LIMPIEZA							\$ 14.00	\$ 14.00	
TODO EQUIPO CUENTA CON UN AÑO DE GARANTIA Y GARANTÍA DE MTTO. DE 1 MES VIGENCIA DE LA OFERTA: 30 DIAS.										subtotal		\$ 117.00
										IVA		\$ 17.55
										TOTAL		\$ 134.55





PROFORMA

Perfino Altamirano Toruño

FECHA: 22 10 14

DIRECCIÓN:

[illegible]

NOTA: Favor Emitir Cheque a nombre de: **Walter José Guerrero Zavala.**

TOTAL CS

13,658.20

ENTREGUE CONFORME

¡Gracias por Preferirnos!

RECIBI CONFORME



Computadoras de escritorio nuevas y seminuevas; genericas y de marca; computadoras portátiles, impresoras, consumibles, accesorios para computadoras y mucho más. Brindamos servicio de reparación y mantenimiento de computadoras.

Altamira, avenida principal, contiguo al DBF; Tel: 22786829; E-mail: computafacil@hotmail.es



N° de Cotización **RAS 240214-1001**

Ciente:	NADIA AGUILAR	Fecha:	22/10/2014
Atencion:		Vence:	01/11/2014
Ciudad:		E-Mail:	
Telefono:		Fax:	Celular:
Direccion:			

CANTIDAD		PRECIO/U	NETO
2	MANTENIMIENTO FULL PARA PC INCLUYE SOFTWARE Y HARDWARE. LIMPIEZA EXTERNA E INTERNA DE PC.	\$30.00	\$60.00
			\$60.00
12 MESES DE GARANTIA NO CUBRE DAÑOS FISICOS NI POR CORRIENTE ELECTRICA.			
Aplican Restricciones			
ELABORAR CK A NOMBRE DE: RENE SALOMON MOLINA CRUZ.			

ENTREGA INMEDIATA.	
T.Entrega:	<input type="checkbox"/> INMEDIATA
Pago:	Contado / Ck / Transf. Electronica
Credito:	CONTADO
Tec:	26.60

	CORDOBAS	DOLARES
TOTAL	C\$ 1,596.00	\$60.00
SUB-TOTAL	C\$ 1,596.00	\$60.00
I.V.A	C\$ 239.40	\$9.00
TOTAL NETO	C\$ 1,835.40	\$69.00

ROGER ARIEL SALDAÑA LEZAMA
Asesor de ventas
TEL 22786829/ 87037880C/83205851M
roger_7310@hotmail.es

GRACIAS POR CONFIAR EN NOSOTROS, SI
TIENE ALGUNA DUDA DE ESTA PROFORMA
POR FAVOR NOS HACE SABER .

Precios y existencias sujetos a variación sin previo aviso
Atendemos de Lunes a Viernes de 8:00am - 6:30pm



MARTINEZ OSABA & CIA. LTDA.

RUC: J0910000083450

COTIZACION: 008506

Tipo: CONTADO		Moneda: C\$		Fecha: 22/10/2014	
Cliente: 10467-PORFIRIO ALTAMIRANO					
Contacto:					
Direccion: MAQUIPOS Telefono No. 22781854					
Asesor 20-NEYLIN JAIME Email: ventas@tuextinguidor.com.ni de Ventas:					
Observacion					
Codigo	Cantidad	Descripcion del Producto	Unitario	Total	
270	5	RECARGA EXTINGUIDOR DE 10 LBS DE QUINICO ERCO ABC	100.00	500.00	
405	1	TRANSPORTE RETIRO Y ENTREGA	150.00	150.00	
113	5	Set de empaque incluye: orrinas, pasador metalico y marchamo	40.00	200.00	
----- ULTIMA LINEA -----					
EMITIR CHEQUE A NOMBRE DE:			SUB-TOTAL		
MARTINEZ OSABA & CIA. LTDA.			850.00		
			DESCUENTO		
			0.00		
			IVA		
			127.50		
			TOTAL C\$		
			977.50		





AUTONICA, S.A

PROFORMA

Km 3 1/2 carretera sur - Tel. : 2266-6555 Fax : 2266-0626
Rotonda Centroamerica 300 mts abajo telfax : 2278-8888
Email : info@autonica.com - www.autonica.com

Fecha : 10-oct-2014

Condición de Pago : EFECTIVO

PAGINA : 1

Nº. Orden : CTN1-0056166

Código : OCASIONAL

Nombre : PORFIRIO ALTAMIRANO

Vendedor : LINDA GONZALEZ

Hora : 3:27:47 PM

CENTRO TOYOTA
AUTONICA

Descripción	Modelo	Cantidad	Precio Unit	Desc.	Total
FILTRO ACEITE LUBER	Y22C3	1	C\$ 89.55	C\$ 0.00	C\$ 89.55
TOYOTA GENUINE OIL SAE 20W50 GALON	ACEITES	1	C\$ 545.00	C\$ 0.00	C\$ 545.00
EMPAQUE CARTER	K2395	1	C\$ 44.60	C\$ 0.00	C\$ 44.60

Comentarios :

MANTENIMIENTO 1,500

SubTotal : C\$ 679.15

Impuesto : C\$ 101.87

Total : C\$ 781.02

IGIENTO DEL 2% DE RETENCION DEL IR Y DEL 1% DE RETENCION DE IMPUESTO MUNICIPAL.
PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS SIN PREVIO AVISO
NO ACEPTAMOS RECLAMOS EN REPUESTOS DE NATURALEZA ELECTRICA.

PROFORMA VALIDA POR 8 DIAS
GRACIAS POR SU COMPRA

ANEXO N° 11.

Consumo de energía del Mini-Supermercado TISMITA

Equipo	Unidades	Consumo (kw/h)	hr/día	Consumo kw-hr/día	C\$/ KW hr	C\$(KW/h)	Días/ Año	Consumo anual (Kw-hr/año)
Exhibidor frío de Carnes	1	<u>0.1865</u>	8	1.492	5.4703	8.1616876	310	2530.12
Exhibidor frío de una puerta	1	<u>0.69</u>	8	5.52	5.4703	30.196056	310	9360.78
Exhibidor frío de cuatro puertas.	2	<u>1.7018</u>	8	27.2288	5.4703	148.9497046	310	46174.41
Freezer	3	<u>0.746</u>	8	17.904	5.4703	97.9402512	310	30361.48
Enfriador de Agua	1	<u>0.6</u>	8	4.8	5.4703	26.25744	310	8139.81
Lector de barra	2	<u>0.0005</u>	8	0.008	5.4703	0.0437624	310	13.57
Computador de Escritorio	4	<u>0.55</u>	8	17.6	5.4703	96.27728	310	29845.96
Impresora de recibo Samsung Bixolon	2	<u>0.0552</u>	8	0.8832	5.4703	4.83136896	310	1497.72
Lámparas fluorescentes de tubo	15	<u>0.04</u>	8	4.8	5.4703	26.25744	310	8139.81
Lámparas fluorescentes compactas	4	<u>0.009</u>	8	0.288	5.4703	1.5754464	310	488.39
Ventiladores de Techo	6	<u>0.69</u>	8	33.12	5.4703	181.176336	310	56164.66
		-						
Consumo anual								192716.71
Alumbrado		0.32	2880		0.6814			627.98
Comercialización								1771.36
Regulación del INE 1 %								1927.17
Total (C\$)								197043.22

ANEXO N° 12.
INSTITUTO NICARAGÜENSE DE ENERGÍA
ENTE REGULADOR

TARIFAS ACTUALIZADAS A ENTRAR EN VIGENCIA EL 1 DE SEPTIEMBRE DE 2014
AUTORIZADAS PARA LAS DISTRIBUIDORAS DISNORTE Y DISSUR

BAJA TENSION (120,240 y 480 V)					
TIPO DE TARIFA	APLICACIÓN	TARIFA		CARGO POR	
		CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	ENERGÍA (C\$/kWh)	POTENCIA (C\$/kW-mes)
RADIODIFUSORAS	Aplicables a las radiodifusoras con potencia de transmisión iguales o inferiores a 5 kW en estaciones de Amplitud Modulada y de 2 kW en estaciones de Frecuencia Modulada.	TR	TARIFA MONOMIA		
			Todos los kWh	5.5989	
BOMBEO	Para extracción y bombeo de agua potable para suministro público.	T-7	TARIFA MONOMIA		
			Todos los kWh	5.7401	
		T-7A	TARIFA BINOMIA SIN MEDICION HORARIA ESTACIONAL		
			Todos los kWh	3.9161	
			kW de Demanda Máxima		866.8203
		T-7B	TARIFA BINOMIA CON MEDICION HORARIA ESTACIONAL		
			Verano Punta	6.6709	
			Invierno Punta	6.4586	
			Verano Fuera de Punta	4.3723	
			Invierno Fuera de Punta	4.2223	
			Verano Punta		791.1378
			Invierno Punta		494.1401
			Verano Fuera de Punta		0.0000
			Invierno Fuera de Punta		0.0000
ALUMBRADO PÚBLICO	Para iluminación de Calles, Plazas y Areas Públicas.	T-8	Todos los kWh	8.3882	
IGLESIA	Exclusivo para templos religiosos.	T-9	Todos los kWh	5.4942	
APOYO A LA INDUSTRIA TURISTICA MENOR	Carga contratada hasta 25 kW, para uso de Hospedería Menor (menos de 15 unidades habitacionales para alojamiento), Servicios de Alimentos y Bebidas, Entretenimiento y Centros Nocturnos, Centros de Convenciones, Marinas Turísticas.	T1-H	TARIFA MONOMIA		
			Todos los kWh	6.5153	
		T-1 A-H	TARIFA BINOMIA SIN MEDICION HORARIO ESTACIONAL		
			Todos los kWh	4.5966	
			kW de Demanda Máxima		612.1083
APOYO A LA INDUSTRIA TURISTICA MAYOR	Carga contratada mayor de 25 kW, para uso de Hospedería Menor (menos de 15 unidades habitacionales para alojamiento), Servicios de Alimentos y Bebidas, Entretenimiento y	T-2-H	TARIFA BINOMIA SIN MEDICION HORARIO ESTACIONAL		
			Todos los kWh	5.0111	
			kW de Demanda Máxima		597.3492
INDUSTRIA TURISTICA MENOR	Carga contratada hasta 25 kW, para uso de Hoteles, Condo Hoteles, Aparta Hoteles, Alojamiento en Tiempo Compartido, Moteles Turísticos, Paradores de Nicaragua con no menos de quince unidades habitacionales para alojamiento ubicados en zonas rurales o	T3-H	TARIFA MONOMIA		
			Todos los kWh	6.5153	
		T-3 A-H	TARIFA BINOMIA SIN MEDICION HORARIO ESTACIONAL		
			Todos los kWh	4.5966	
			kW de Demanda Máxima		612.1083
INDUSTRIA TURISTICA MEDIANA	Carga contratada entre 25 kW y 200 kW, para uso de Hoteles, Condo Hoteles, Aparta Hoteles, Alojamiento en Tiempo Compartido, Moteles Turísticos, Paradores de Nicaragua	T-4-H	TARIFA BINOMIA SIN MEDICION HORARIO ESTACIONAL		
			Todos los kWh	5.0111	
			kW de Demanda Máxima		597.3492
INDUSTRIA TURISTICA MAYOR	Carga contratada mayor de 200 kW, para uso de Hoteles, Condo Hoteles, Aparta Hoteles, Alojamiento en Tiempo Compartido, Moteles Turísticos, Paradores de Nicaragua con no	T-5-H	TARIFA BINOMIA SIN MEDICION HORARIO ESTACIONAL		
			Todos los kWh	5.1181	
			kW de Demanda Máxima		563.7579

INSTITUTO NICARAGÜENSE DE ENERGÍA ENTE REGULADOR

CARGO FIJO DE COMERCIALIZACION

TARIFAS ACTUALIZADAS A ENTRAR EN VIGENCIA EL 1 DE OCTUBRE DE 2014

AUTORIZADAS PARA LAS DISTRIBUIDORAS DISNORTE Y DISSUR

BLOQUES DE CONSUMO	CARGO C\$/Cliente-mes
RESIDENCIAL	
0-25 kWh	25.9013
26-50 kWh	25.9013
51-100 kWh	25.9013
101-150 kWh	25.9013
151-500 kWh	75.4657
501-1000 kWh	140.3667
MAS DE 1000 kWh	301.8628
GENERAL MENOR	
0-150 kWh	25.9013
> 150 kWh	123.2560
APOYO TURISTICO MENOR	
0-140 kWh	73.8068
> 140 kWh	123.2560
GENERAL E IND MENOR Y APOYO TURISTICO MENOR BINOMIAL	
0-140 kWh	123.2560
> 140 kWh	123.2560
GENERAL MAYOR Y APOYO TURISTICO MAYOR	1,771.3635
INDUSTRIA MENOR E INDUSTRIA TURISTICA MENOR	
0-140 kWh	73.8068
> 140 kWh	123.2560
INDUSTRIA MEDIANA E INDUSTRIA TURISTICA MEDIANA	1,771.3635
INDUSTRIA MAYOR E INDUSTRIA TURISTICA MAYOR	2,952.2725
BOMBEO	
0-4000 kWh	767.5901
> 4000 kWh	767.5901
IGLESIAS	45.2802
RADIODIFUSORAS	0.0000
A. PUBLICO	0.0000
RIEGO	0.0000
PEQUEÑAS CONCESIONARIAS	207.6777

NOTAS: I La tasa Residencial es aplicable a tarifa T-A y T-J.

II La tasa General Menor es aplicable a tarifa T-B

III La tasa Industrial Menor es aplicable a tarifa T-C

ANEXO N° 13.


**INSTITUTO NICARAGÜENSE DE ENERGÍA
DIRECCIÓN GENERAL DE HIDROCARBUROS**
**MONITOREO DE PRECIOS DEL 13 DE OCTUBRE DE 2014
REALIZADO EN LA CIUDAD DE MANAGUA**

En el monitoreo de precios realizado el 13 de Octubre del 2014 en 71 Estaciones de Servicios (E/S) en la ciudad de Managua, los precios al consumidor de las Gasolinas, Diesel y Kerosene, productos de precios **NO REGULADOS**, reflejan las siguientes variaciones con relación al efectuado el 06 de Octubre del 2014:

COMPARATIVO DE PRECIOS PROMEDIOS DEL MONITOREO, AÑO 2014.

PRODUCTOS	PRECIO PROMEDIO (C\$/L) DEL:		DIFERENCIA ABSOLUTA (C\$/L)		VARIACION (%)	
	ACTUAL 13 OCTUBRE	ANTERIOR 06 OCTUBRE	ACTUAL 13 OCTUBRE	ANTERIOR 06 OCTUBRE	ACTUAL 13 OCTUBRE	ANTERIOR 06 OCTUBRE
GAS. REGULAR	29,97	31,61	(1,64)	0,04	(5,20)	0,13
GAS. SÚPER	32,91	33,28	(0,37)	(0,91)	(1,12)	(2,65)
DIESEL	27,91	28,33	(0,42)	(0,02)	(1,46)	(0,07)
KEROSENE	27,62	28,10	(0,48)	(0,06)	(1,73)	(0,18)

Los precios de las Gasolinas, Diesel y Kerosene, no son regulados por el Estado; estos son establecidos por cada una de las Empresas Distribuidoras que operan en el país.

En esta semana todos los precios de los combustibles de automotor bajaron: la gasolina súper registró su segunda semana consecutiva de baja, la regular retornó a la baja, el diesel y el kerosene registraron su quinta y sexta semana consecutiva de baja. De las 42 semanas que van en este año se han registrado diecisiete bajas en la gasolina súper, veinte en la gasolina regular, veintitrés en el diesel y veintidós en el kerosene, como consecuencia de la variación en los precios internacionales de referencia.

PRECIOS MÁS BAJOS
C\$/L

GASOLINA REGULAR	E/S UNO Bel Air, Villa Fontana, Galeria y La Quinja y en la mayoría de las E/S PETRONIC.	29,90
GASOLINA SÚPER	E/S UNO Colusa Central.	32,15
DIESEL	E/S UNO Colusa Central y Colusa Boer Israel.	27,22
KEROSENE	E/S UNO Modelo.	25,58


PRECIOS MÁS ALTOS
C\$/L

GASOLINA REGULAR	E/S INDEPENDIENTE Budget y Fenicootaxi y en la mayoría de las E/S UNO, UNO PETROLEOS y PUMA ENERGY.	29,99
GASOLINA SÚPER	E/S PETRONIC Cooperativa Unitarios, INDEPENDIENTE Budget y Fenicootaxi y en la mayoría de las E/S UNO, UNO PETROLEOS y PUMA ENERGY.	32,94
DIESEL	E/S INDEPENDIENTE Fenicootaxi.	28,29
KEROSENE	E/S UNO PETROLEOS Xolotlán.	29,90

Managua, 13 de Octubre 2014.



ANEXO N° 14.

		LIBRERÍA SAMUEL & CIA. LTDA. <i>Mitades Castellón Castellón</i> Importamos y Distribuimos Papelería, Equipos de Oficina y Escolares Rotonda Bello Horizonte 1o. andar, 1o. al Sur PBX: 251-4425 • 249-0329 • Fax: 249-0330 • 889-6500 E-mail: informacion@libreriasamuel.com		Factura Proforma 0000544717	
PORFIRIO ALTAMIRANO		FECHA VENCIMIENTO 11/10/2014		Zona 5	
Teléfono :		Celular :		26	9 2014
2	660-A	**MARC. FLUORESCENTE AZUL ARTLINE 660		9.76	19.52
2	660-R	**MARC. FLUORESCENTE ROJO ARTLINE 660		9.76	19.52
2	660-RD	**MARC. FLUORESCENTE ROSADO ARTLINE 660		9.76	19.52
1	CLIP33-A	CLIP NIQUELADO PEQUEÑO ACME 33MM 100 UNDS		5.20	5.20
1	STUD-16002	GRAPA STUDMARK STANDARD 26/6 5000 UND.		16.68	16.68
2	STUD-04401	SACAGRAPA STUDMARK NEW 04401 (101157)		7.25	14.50
2	STUD-04201	TIJERA STUDMARK 7.5 PULG. 04201		20.70	41.40
1	KOR-TCN	PAPEL CARBON T/C NEGRO KORES		86.25	86.25

Observaciones: ELABORADO: LUNIMAR MORALES

		222.50
		0.00
Esta Proforma tiene validez por 15 días		24.60
		247.10

ANEXO N° 15.

Calculo de los ingresos según la pregunta numero --- de la encuesta realizada a las viviendas en Tisma-Masaya:

Los datos obtenidos se distribuyeron en líneas de productos, tales como Frutas y verduras, Productos básicos alimenticios, Aseo para el hogar, Aseo personal, Carnes y pollo, productos lácteos, Licores.

Con lo que se procedió a calcular la demanda media por línea de producto, mensual y anual.

Demanda mensual de la línea Frutas y verduras:

VERDURAS								
MENSUAL								
MEDIA C\$ (Di)	Frecuencia (Fr)	Xi* Fr	D	Di-D	(Di-D) ²	(Di-D) ² fi	S ²	S
206	135	27810	478.07	-272.07	74022.08	9992980.8	93531.09	305.83
418	109	45562		-60.07	3608.4	393315.6		
630	45	28350		151.93	23082.72	1038722.4		
842	40	33680		363.93	132445.04	5297801.6		
1054	20	21080		575.93	331695.36	6633907.2		
1266	6	7596		787.93	620833.68	3725002.08		
1478	3	4434		999.93	999860	2999580		
1690	1	1690		1211.93	1468774.32	1468774.32		
1902	1	1902		1423.93	2027576.64	2027576.64		
TOTAL	360	172104				33577660.64		

N	360
N - 1	359

Meses

12

Demanda media = $D = \sum_{i=0}^n (Xi * fr) / F$

$$S^2 = \sum_{i=0}^n ((Di - D)^2 * Fi) / (n - 1)$$

Demanda Anual de la línea Frutas y verduras.

N	4320
N - 1	4319

VERDURAS								
ANUAL								
MEDIA C\$ (Di)	Frecuencia (Fr)	Xi* Fr	D	Di-D	(Di-D) ²	(Di-D) ² fi	S2	S
2472	1620	4004640	5736.8	-3264.8	10658919.04	17267448845	13434174.72	3665.27
5016	1308	6560928		-720.8	519552.64	679574853.1		
7560	540	4082400		1823.2	3324058.24	1794991450		
10104	480	4849920		4367.2	19072435.84	9154769203		
12648	240	3035520		6911.2	47764685.44	11463524506		
15192	72	1093824		9455.2	89400807.04	6436858107		
17736	36	638496		11999.2	143980800.64	5183308823		
20280	12	243360		14543.2	211504666.24	2538055995		
22824	12	273888		17087.2	291972403.84	3503668846		
TOTAL	4320	24782976				58022200627		

$$D = \sum_{i=0}^n (Xi * fr) / F$$

$$S^2 = \sqrt{S^2}$$

El resumen del cálculo de la demanda media y de la desviación estándar de la demanda media se presentan en la siguiente tabla.

DEMANDA MEDIA			DESVIASION ESTANDAR DE LA DEMANDA	
FRUTAS Y VERDURAS				
D MENS =	<u>478.07</u>		SD MES	<u>305.83</u>
D ANUAL =	<u>5736.8</u>		SD ANUAL	<u>3665.27</u>
5736.84			3669.96	
PRODUCTOS BASICOS ALIMENTICIOS				
D MENS =	<u>1937.39</u>		SD MES	<u>938.09</u>
D ANUAL =	<u>23248.6</u> <u>3</u>		SD ANUAL	<u>11242.79</u>
ASEO PARA EL HOGAR				
D MENS =	<u>425.34</u>		SD MES	<u>225.11</u>
D ANUAL =	<u>5104.1</u>		SD ANUAL	<u>2697.87</u>
ASEO PERSONAL				
D MENS =	<u>396.53</u>		SD MES	<u>212.7</u>
D ANUAL =	<u>4758.37</u>		SD ANUAL	<u>2549.17</u>
CARNES Y POLLO				
D MENS =	<u>386.81</u>		SD MES	<u>323.81</u>
D ANUAL =	<u>4641.67</u>		SD ANUAL	<u>3880.82</u>
PRODUCTOS LACTEOS				
D MENS =	<u>534</u>		SD MES	<u>406.75</u>
D ANUAL =	<u>6408</u>		SD ANUAL	<u>4874.82</u>
LICORES				
D MENS =	<u>153.73</u>		SD MES	<u>66.134592784644</u> <u>1</u>
D ANUAL =	<u>1844.73</u>		SD ANUAL	<u>785.29</u>

ANEXO N° 16.

VERDURAS Y FRUTAS	Producto	Unds x saco	Precio por saco	Precio x unid C\$	Costo anual C\$	Pedido por unidad anual
	Chayote	100	500	5	103,898.14	20,779.63
	Pepino	12	50	4.17	86,651.05	20,779.63
	Yuca	100	400	4	83,118.51	20,779.63
	Quequisque	100	900	9	187,016.65	20,779.63
	Papas 100 lb	100	1,100	11	228,575.91	20,779.63
	Plátanos	100	380	3.8	78,962.59	20,779.63
	Tomate lb	120	600	5	103,898.14	20,779.63
	Chiltoma	200	320	1.6	33,247.4	20,779.63
	Cebolla lb	100	480	4.8	99,742.21	20,779.63
	Naranja unds	100	250	2.5	51,949.07	20,779.63
	Bananos	100	80	0.8	16,623.7	20,779.63
	Cálala	12	25	2.08	43,221.63	20,779.63
	hierba buena	12	12	1	20,779.63	20,779.63
	Melón	20	280	14	290,914.79	20,779.63
	zanahoria lb	100	600	6	124,677.77	20,779.63
	repollo	50	1,000	20	415,592.56	20,779.63
	Totales		6,977	94.75	C\$ 1,968,869.75	

CARNES (BLANCA Y ROJAS)	Producto	Libras	Precio por libras	Total	Pedido de libras anual C\$	Total anual C\$
	Posta de pierna	15	69.85	1047.75	1332.38	930,66.71
	Posta de corona	10	69.85	698.5	1332.38	93,066.71
	Salón blanco	10	67.65	676.5	1332.38	90,135.47
	Mano de piedra	5	70.95	354.75	1332.38	94,532.33
	Trasera de lomo	7	73.7	515.9	1332.38	98,196.37
	Filete migñon	5	83.05	415.25	1332.38	110,654.12
	Lomo grande	8	81.4	651.2	1332.38	108,455.69
	Paleta pequeña	8	69.3	554.4	1332.38	92,333.9
	Cabeza de lomo	9	70.4	633.6	1332.38	93,799.52
	Carne molida especial	5	31.9	159.5	1332.38	42,502.91
	Súper	5	38.5	192.5	1332.38	51,296.61
	Premium	5	41.8	209	1332.38	55,693.46
	Torta de carne	5	52.8	264	1332.38	70,349.64
	Hígado nacional	10	35.2	352	1332.38	46,899.76
	Cola	5	29.7	148.5	1332.38	39,571.67
	Lengua	5	101.2	506	1332.38	134,836.81
	Mondongo s/pata	7	31.9	223.3	1332.38	42,502.91
	costilla alta	5	41.25	206.25	1332.38	54,960.65
	lomo d costilla	6	137.5	825	1332.38	183,202.18
	Riñones	22	13.2	290.4	1332.38	17,587.41
	Milanesa	5	75.9	379.5	1332.38	10,1127.6
	Pechuga con ala	5	36	180	1332.38	47,965.66
	Conitos	5	25.6	128	1332.38	34,108.92
	Pierna	5	116	23.2	1332.38	154,556.02
	Titile	5	17	85	1332.38	22,650.45

	Hígado de pollo	5	14	70	1332,38	18,653.31
	Chincaca	5	12	60	1332,38	15,988.55
	Menudo	5	12	60	1332,38	15,988.55
	Pollo entero	5	68	340	1332,38	90,601.81
	Alas picantes	5	30	150	1332,38	39,971.38
	Piernas marinadas	5	33	165	1332,38	43,968.52
	Total					C\$ 2,199,225.6

Productos básicos y alimenticios	Producto	Unds x caja	Precio por caja C\$	Precio x und C\$	Pedido de caja anual	Total anual C\$
	Ablandador carnes 25 gr.	12	92	7.67	194.51	1,491.90
	Achiote en polvo 13 gr.	12	102	8.5	194.51	1,653.34
	Achiote Molido 30 gr.	12	102	8.5	194.51	1,653.34
	Ajino moto 28 gr.	12	120	10	194.51	1,945.11
	Ajo en polvo 18 gr.	12	140	11.67	194.51	2,269.94
	Ajo Molido 18 gr.	12	130	10.83	194.51	2,106.55
	Canela molida 13 gr.	12	87	7.25	194.51	1,410.20
	Cebolla en polvo 18 gr.	12	124	10.33	194.51	2,009.30
	Condimento Italiano 9 gr.	12	94	7.83	194.51	1,523.02
	Pimienta Blanca Molida 8 gr	12	133	11.08	194.51	2,155.18
	Pimienta Negra Molida 15 gr.	12	154	12.83	194.51	2,495.58
	Polvo curry 13 gr.	12	93	7.75	194.51	1,507.46
	Romero bolsa 11 gr.	12	83	6.92	194.51	1,346.07

Sal de ajo 23 gr.	12	96	8	194.51	1,556.09
Sazonador de pollo 13 gr.	12	91	7.58	194.51	1,474.39
Sazonador todo uso 20 gr.	12	115	9.58	194.51	1863.42
Confituras Chocolate 45 gr.	12	292	24.33	194.51	4,732.45
Pimienta Blanca 28 gr.	12	454	37.83	194.51	7,358.35
Pimienta Negra gruesa 32 gr.	12	461	38.42	194.51	7473.11
Sazonador Todo Uso 53 gr	12	318	26.5	194.51	5,154.54
Empanizador Sazonado 70 grs	48	483	10.06	194.51	1,956.78
Pasas 70 gr.	24	327	13.63	194.51	2,651.18
Caracolutos con queso 200 grs	12	266.4	22.2	194.51	4,318.14
codos con queso 200 grs	12	266.4	22.2	194.51	4,318.14
caracolutos milano 200 grs	12	100.8	8.4	194.51	1,633.89
Espagueti milano 200 grs	12	86	7.13	194.51	1,386.86
tornillos prince 250 grs	12	241.8	20.15	194.51	3,919.40
caracolutos prince 250 grs	12	121.8	10,15	194.51	1,974.29
Mrs. musculo plato disco activo lima limón 36 ml	6	393.72	65.62	194.51	12,763.81
Mrs. musculo anti grasa cocina activa total naranja tigger 750 ml	3	208.98	69.66	194.51	13,549.64
espirales autan 125 grs	6	67.02	11.17	194.51	2,172.69
Atún con vegetales lomo en trocito 160 grs	6	273.18	45.53	194.51	8,856.09
Atún agua light lomo en trocito 160 grs	6	300.54	50.09	194.51	9,743.06
Sardina ovalada dulce 415 grs	6	278.82	46.47	194.51	9,038.97
Salsa casera 210 grs	6	96	16	194.51	3,112.18
Salsa inglesa 148 ml	6	146,4	24.4	194.51	4,746.07
Salsa de tomate tipo ketchup squeeze 335 ml	6	224,7	37.45	194.51	7,284.44



ANEXOS

Flan chocolate 60 grs	3	24,15	8.05	194.51	1,565.81
Flan coco 60 grs	3	24.15	8.05	194.51	1,565.81
Flan leche condensada	3	24.15	8.05	194.51	1,565.81
Canelon oven ready 250 grs	12	258.6	21.55	194.51	4,191.71
Jalea guayaba 100 grs	3	36.27	12.09	194.51	2,351.64
Jalea de guayaba 20 grs	3	151.59	50.53	194.51	9,828.64
Cereale corn flakes original 265 grs	6	148.44	24.74	194.51	4,812.20
Cereale corn flakes 20 grs ristra	3	130.44	43.48	194.51	8,457.34
Cereales cocoa flaker 26 gras ristra	3	130.44	43.48	194.51	8,457.34
Granos de elote 400 grs Herdez	6	184.86	30.81	194.51	5,992.88
Ensalada de vegetal 400 grs HERDEZ	3	68.67	22.89	194.51	4,452.36
chicharos 215 grs Herdez	6	77.64	12.94	194.51	2,516.97
chicharos con zanahorias 220 grs Herdez	6	88.68	14.78	194.51	2,874.87
salsa ranchera 220 grs Herdez	6	96	16	194.51	3,112.18
ARROZ DOÑA MARIA 80/20 100 LBS	1	1,115	1,115	194.51	216,879.77
ARROZ DOÑA MARIA 70/30 100 LBS	1	1,035	1,035	194.51	201,318.89
ARROZ DOÑA MARIA 60/40 100 LBS	1	975	975	194.51	189,648.23
ARROZ DOÑA MARIA 80/20 2 KG	1	51.77	51.77	194.51	10,069.83
ARROZ DOÑA MARIA 80/20 400 GR	24	249.36	10.39	194.51	2,020.97
ARROZ DOÑA MARIA 80/20 25 LBS	1	281.25	281.25	194.51	54,706.22
ARROZ EL FAISAN 96/04 100 LBS	1	1,215	1,215	194.51	236,330.87
ARROZ EL FAISAN 96/04 50 LBS	1	607.5	607.5	194.51	118,165.43
ARROZ EL FAISAN 96/04 25 LBS	1	306.25	306.25	194.51	59,568.99
ARROZ EL FAISAN 96/04 400 GR	24	281.28	11.72	194.51	2,279.67
ARROZ EL FAISAN 96/04 2 KG	1	58.41	58.41	194.51	11,361.39
HUEVOS SF GRANDES BLANCOS (30 UND)	30	97	3.23	194.51	628.27
HUEVOS SF GRANDES COLORADOS (30 UND)	30	101	3.37	194.51	655.50



ANEXOS

CARACOL ANITA 170 GR	20	128.2	6.41	194.51	1,246.82
SPAGUETTI ANITA 200GR	50	360	7.2	194.51	1,400.48
CODO RAYADO ANITA 170 GR	20	128.2	6.41	194.51	1,246.86
ATUN EN AGUA 160G	48	1,265.76	26.37	194.51	5,129.26
FRIJOL ROJO EL NORTEÑO DE 50/LBS	1	1,060.5	1,060.5	194.51	206,278.92
FRIJOL ROJO EL NORTEÑO DE 2 KG (UND)	11	104	9.45	194.51	1,838.13
FRIJOL NORTEÑO 25 LBS	1	531.5	531.5	194.51	103,382.60
AZUCAR SULFITADA DE 110/LBS MONTE ROSA	1	923.4	923.4	194.51	179,611.46
AZUCAR REFINADA 50KG SAN ANTONIO	1	993.62	993.62	194.51	193,270.02
AZUCAR SULFITADA 2KG (UND) MONTE ROSA	1	39.1	39.1	194.51	7,605.38
AZUCAR REFINADA 2KG (UND) SAN ANTONIO	1	42.24	42.24	194.51	8,216.14
AZUCAR SULFITADA 400 GR (UND) MONTE ROSA	24	197.76	8.24	194.51	1,602.77
SAL ATLANTIDA MOLIDA SECA 454G (25 UND)	25	80	3.2	194.51	622.43
SAL ATLANTIDA FINA SECA 454G (25 UND)	25	85	3.4	194.51	661.34
SAL ATLANTIDA MOLIDA SECA 227G (25UND)	25	41.25	1.65	194.51	320.94
SAL ATLANTIDA FINA SECA 227G (25 UND)	25	43.75	1.75	194.51	340.39
SAL PURAMAR FINA SECA 454G (25 UND)	25	75	3	194.51	583.53
SAL PURAMAR FINA SECA 227G (25 UND)	25	78.75	3.15	194.51	612.71
Hellmanns Salsa Tomate Tipo Ketchup BDJ 4x4,1KG	4	610.4	152.6	194.51	29,682.38
Naturas Pasta Tomate Tradicional 48x227G	48	889.44	18.53	194.51	3,604.29
Naturas Salsa Tomate Ranchera 96x106G	12	118.68	9.89	194.51	1,923.71



ANEXOS

Naturas Salsa de Tomate 96x113G	12	87.78	7.315	194.51	1,422.85
Naturas Salsa Sofrito Criollo 96x160G	12	118.68	9.89	194.51	1923.71
Naturas Salsa Tomate C/Hongos 96x106G	12	118.68	9,89	194.51	1,923.71
Lizano Salsa Reg 4x3,7Lt	4	813.72	203,43	194.51	39,569.37
Lizano Chile 24x155G	24	636.48	26.52	194.51	5,158.43
Hellmanns May Doyp 12x200G	12	337.8	28.15	194.51	5,475.48
Hellmanns Most Doyp 12x200G	12	192.36	16.03	194.51	3,118.01
Lipton Ice Tea Limon 10x1,02KG	10	934.7	93.47	194.51	18,180.94
Avena Molida Sasa 400gr	Bolsa	24.7	24.7	194.51	4,804.42
Azucar Dietetica Splenda(100 UN)	Cajita	195	1.95	194.51	379.30
Azucar Refinada 2Kg	Bolsa(2Kg)	57.2	57.2	194.51	11,126.03
Azucar Sulfitada (bolsa 400gr)	Bolsa(400gr)	11.96	11.96	194.51	2,326.35
Azucar Sulfitada 2Kg	Bolsa(2Kg)	52	52	194.51	10,114.57
Café Gourmet San Sebastian 400gr	Bolsa(400gr)	169	169	194.51	32,872.36
Café Molido Selecto Clasico 400gr	Bolsa(400 gr)	104	104	194.51	20,229.14
Café Molido Selecto Expreso Intenso 400gr	Bolsa(400 gr)	119.6	119.6	194.51	23,263.52
Café Molido Selecto Superior Medio 400gr	Bolsa(400 gr)	119.6	119.6	194.51	23,263.52
Café presto (80 sobres)	Caja(80sobres)	148.2	1.8525	194.51	360.33
Café Presto Instantaneo 150gr	Frasco(150gr)	111.15	111.15	194.51	21,619.90
Café Presto Instantaneo 250gr	Frasco(250gr)	177.45	177.45	194.51	34,515.98
Café Presto Instantaneo 400gr(NUEVO)	Frasco(400gr)	273	273	194.51	53,101.50
Café Presto Instantaneo 50gr	UN	39	39	194.51	7,585.93
Café Segovia Premium 400gr	Bolsa(400gr)	106.6	106.6	194.51	20,734.87
Cebada Sasa 400gr	Bolsa	24.7	24.7	194.51	4,804.42
Cremora Frasco 11 ONZAS	UN	59.8	59.8	194.51	11,631.76
Cremora Frasco 16 ONZAS	UN	71.21	71.21	194.51	13,851.91

Cremora Frasco 22 ONZAS	UN	84.77	84.77	194.51	16,489.28
Cremora Frasco 35 ONZAS	UN	126.1	126.1	194.51	24,527.84
Cremora Frasco 6 ONZAS	UN	40.3	40.3	194.51	7,838.79
Azucar Sulfitada 2Kg	Bolsa(2Kg)	28.6	28.6	194.51	5563,01
Galleta Avena	Cajita	58.8	58.8	194.51	11437,25
Galleta Can Can	Paquete	36.4	36.4	194.51	7080,20
Galleta Chiky	Paquete	49	49	194.51	9531,04
Galleta Chips Ahoy	Cajita	71.4	71.4	194.51	13888,08573
Galleta Club Social	Paquete	30.8	30.8	194.51	5990,938943
Galleta Cremas	Paquete	25.2	25.2	194.51	4901,677317
Galleta Mantequilla	Paquete	49	49	194.51	9531,039228
Galleta Oreo	Paquete	58.8	58.8	194.51	11437,24707
Galleta Ritz con Queso	Paquete	58.8	58.8	194.51	11437,24707
Galleta Ritz sin Queso	Paquete	40	40	194.51	7780,440186
Galleta Soda	Paquete	23	23	194.51	4473,753107
Galleta Soda C/Especies	Paquete	28	28	194.51	5446,30813
Galleta Waffle	Paquete	30.8	30.8	194.51	5990,938943
Leche Delisoya Natural 360gr	Bolsa	109.2	109.2	194.51	21240,60171
Nescafe Clasico 100gr	Frasco	94.9	94.9	194.51	18459,09434
Nescafe Clasico 200gr	Frasco	176.8	176.8	194.51	34389,54562
Pinolillo Sasa 400gr	Bolsa	26	26	194.51	5,057.29
Te de Manzanilla (100UN)	Caja(100UN)	139.1	139.1	194.51	27,056.48
Te de Manzanilla (25UN)	UN	35.1	35.1	194.51	6,827.34
Té Helado Limon Fans (32onzas)	UN	114.4	114.4	194.51	22,252.06
Te Helado Lipton de Limon(1KG)	Bolsa	117	117	194.51	22,757.79
Te Helado McCormick (1.1KG)	Bolsa	114.4	114,4	194.51	22,252.06
Te Negro (100UN)	Caja(100UN)	149.5	149.5	194.51	29,079.40
Té Negro (25UN)	Caja(25UN)	65	65	194.51	12,643.21

*ANEXOS*

Cremora en Sobre (1000 Un)	Caja	896	896	194.51	174,281.86
Azucar Refinada en Sobre (2000 Un)	Caja	644	644	194.51	125,265.09
MARG INDUSTRIAL REGIA 30lbs	1	702.21	26.92	194.51	5,236.24
MARG LIGHT BARRA CREMY 400g	24	25.76	1.07	194.51	208.13
MARG LIGHT OLIVA BARRA CREMY 400g NO REF	24	30.23	1.26	194.51	245.08
MARG LIGHT TAZA CREMY 400g REF	24	27.39	1.14	194.51	221.74
MARG LIGTH TAZA CREMY 200g REF	24	14.73	0.61	194.51	118.65
MARG MAIZ LIGHT BARRA CREMY 400g	24	29.4	1.23	194.51	239.25
MARG MAIZ TAZA CREMY 400g REF	24	28.37	1.18	194.51	229.52
MARG REPOSTERIA BARRA CREMY 450g	24	25.09	1.05	194.51	204.24
MARG VITAMINADA BARRA CREMY 400g	24	25.09	1.05	194.51	204.24
MARG VITAMINADA TAZA CREMY 200g NO REF	24	13.79	0.57	194.51	110.87
MARG VITAMINADA TAZA CREMY 200g REF	24	15.24	0.64	194.51	124.49
MARG VITAMINADA TAZA CREMY 400g NO REF	24	26.21	1.09	194.51	212.02
MARG VITAMINADA TAZA CREMY 400g REF	24	27.09	1.13	194.51	219.80
ACEITE COMESTIBLE REGIA BULK 25lbs	1	477.1	477.1	194.51	92,801.20
ACEITE COMESTIBLE SOLIDO REGIA 1lb	24	19.53	0.81	194.51	157.55
ACEITE REGIA 2,700ml	6	161.98	27	194.51	5,251.80
ACEITE REGIA 3,625ml	4	217.7	54.43	194.51	10,587.23
GRASA COMESTIBLE HOJ REGIA 30 lbs	1	702.21	702.21	194.51	136,587.57
GRASA COMESTIBLE REPOSTERIA 20lbs	1	468.14	468.14	194.51	91,058.38
MAYONESA COMP REGIA GALON PLASTICO	4	126.09	31.52	194.51	6,130.99
MAYONESA REGIA 100g DOYPACK	48	12.89	0.27	194.51	52.52

MAYONESA REGIA ENVASE PLASTICO 16onz	24	56.74	2.36	194.51	459.04
MAYONESA REGIA 200g DOYPACK	48	22.6	0.47	194.51	91.42
MAYONESA REGIA GALON BOLSA PLASTICA 3465g	6	117.93	19.66	194.51	3,824.09
MAYONESA REGIA ENVASE PLASTICO 32onz	12	94.09	7.84	194.51	1,524.97
MAYONESA REGIA 335g SQUEEZE	12	37.5	3.13	194.51	608.82
MAYONESA REGIA 4onz BOLSA PLASTICA	48	9.49	0.2	194.51	38.90
MAYONESA REGIA 8onz BOLSA PLASTICA	48	19.8	0.41	194.51	79.75
MAYONESA REGIA 8onz VIDRIO	24	32.3	1.35	194.51	262.59
MOSTAZA REGIA 16onz BOLSA PLASTICA	24	12.81	0.53	194.51	103.09
MOSTAZA REGIA ENVASE PLASTICO 16onz	24	29.58	1.23	194.51	239.25
MOSTAZA REGIA GALON PLASTICO	4	89.34	22.34	194.51	4,345.37
MOSTAZA REGIA GL BOLSA PLASTICA	6	84.08	14.01	194.51	2,725.10
MOSTAZA REGIA 32onz ENVASE PLASTICO	12	48.05	4	194.51	778.04
MOSTAZA REGIA 367g SQUEEZE	12	21.76	1.81	194.51	352.06
MOSTAZA REGIA 4onz BOLSA PLASTICA	48	5.11	0.11	194.51	21.40
MOSTAZA REGIA 8onz BOLSA PLASTICA	48	7.31	0.15	194.51	29.18
MOSTAZA REGIA 8onz VIDRIO	24	19.68	0.82	194.51	159.50
SANDWICH SPREAD REGIA 100g DOY PACK	48	12.05	0.25	194.51	48.63
SANDWICH SPREAD REGIA ENVASE PLASTICO 16onz	24	56.22	2.34	194.51	455.15
SANDWICH SPREAD REGIA 335g SQUEEZE	12	42.32	3.53	194.51	686.62
SANDWICH SPREAD REGIA 8onz VIDRIO	24	31.21	1.3	194.51	252.86
VINAGRE BLANCO REGIA 450ml	24	13.13	0.55	194.51	106.98
VINAGRE TINTO REGIA 450ml	24	13.13	0.55	194.51	106.98
SALSA INGLESA REGIA 5oz	24	13.54	0.56	194.51	108.93



SALSA TOMATE REGIA EP 14onz	24	22.59	0.94	194.51	182.84
SALSA TOMATE REGIA DOY PACK 4onz	4	66.29	16.57	194.51	3,223.05
SALSA TOMATE REGIA GALON PLASTICO	5	97.53	19.51	194.51	3,794.91
SALSA TOMATE REGIA SQUEEZE 390g	12	19.31	1.61	194.51	313.16
SALSA TOMATE REGIA SQUEEZE 390g	12	19.31	1.61	194.51	313.16
SALSA TOMATE REGIA SQUEZZE 28onz	12	41.56	3.46	194.51	673.01
ACEITE REGIA 1,350ml	12	85.2631	7.11	194.51	1,382.97
MARG VITAMINADA 1X40Lbs BIDON	1	742.73	742.73	194.51	144,469.16
MAYONESA ALOLIVO 48x200gr DoyPack	48	23.34	0.49	194.51	95.31
SALSA DE TOMATE SACHET 8g	1	256.1	256.1	194.51	49,814.27
MOSTAZA 12X32 ONZAS BP	12	25.84	2.15	194.51	418.2
MAYONESA ALOLIVO LIGHT 400gr DoyPack	24	40.56	1.69	194.51	328.72
MARGARINA COMPUESTA REGIA DE 20lbs	1	438.24	438.24	194.51	85,242.5
SANDWICH SPREAD 8onz BOLSA PLASTICA	48	13.16	0.27	194.52	52.52
ACEITE REGIA 400ml 1x12	12	25.8133	2.15	194.51	418.2
PASTA DE TOMATE 1X12	4	88.11	22.03	194.51	4,285.08
MARGARINA VITAMINADA TAZA CREMY 3lbs REF	8	82.92	10.37	194.51	2,017.08
MARG VITAMINADA BARRA SUAVE CREMY 400g	24	25.09	1.05	194.51	204.24
SALSA PICANTE SACHET 8gr	1	293.7	293.7	194.51	57,127.88
SALSA DULCE REGIA BOLSA PLASTICA 6x3850g	6	97.53	16.26	194.51	3,162.75
SALSA DULCE REGIA BOLSA PLASTICA 48x215g	48	7.36	0.15	194.53	29.18
SALSA TOMATE REGIA GALON BOLSA PLASTICA 3850g	6	99.23	16.54	194.51	3,217.21



ANEXOS

MARG VITAMINADA MEDIA BARRA CREMY 40g	12	49.08	4.09	194.51	795.55
MAYONESA ALOLIVO 48x100g DOY PACK	48	11.13	0.23	194.52	44.74
MAYONESA ALOLIVO LIBRE COLESTEROL 12x200g DOY PACK	12	24.64	2.05	194.51	398.75
SALSA DE TOMATE SACHET 8g POLLO ESTRELLA	1	249.86	249.86	194.51	48,600.52
MOSTAZA ALOLIVO 48x200gr DoyPack	48	150.03	3.13	194.51	608.82
SANDWICH SPREAD ALOLIVO 48x200gr DoyPack	48	246.65	5.14	194.51	999.79
ZUKO FRESA 25g 1x12	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO FRUIT PUNCH 25g 1x12	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO GUANABANA 25g 1x12	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO JAMAICA 25g 1x12	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO LIMON 25g 1x12	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO MANGO 25g 1x12	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO MANZANA 25g 1x12	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO MARACUYA 25g 1x12	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO MELON 25g 1x12	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO MORA 25g 1x12	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO NARANJA 25g 1x12	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO NARANJA-FRESA 25g 1x12	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO PERA 25g 1x12	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO PIÑA 25g 1x12	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO SANDIA 25g 1x12	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO TAMARINDO 25g 1x12	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO TE LIMON	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO UVA 25g 1x12	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13



ANEXOS

ZUKO GUAYABA PIÑA 25g 1x12	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO CEBADA 25GR	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO GUAYABA 25GR	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO LIMONADA 25GRS	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO TE MANGO 25grs	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO TE DURAZNO 25grs	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
ZUKO TE FRAMBUESA 25grs	8	49.32	6.17	194.51	1,200.13
GUSTITOS SUPERCHURRO 11g 1x42	42	34.06	0.81	194.51	157.55
QUESITRIX CON QUESO 14g 1x24	60	34.06	0.57	194.51	110.87
QUESITRIX CON SALSA PICANTE 14g 1x24	60	34.06	0.57	194.51	110.87
TROMPETAS PIZZA SABOR ORIG 12g 1x48	48	34.06	0.71	194.51	138.1
PAPASITAS QUESO 7.5 gr	24	34.06	1.42	194.51	276.21
CHOCOARROCINES 1x34	34	34.06	1	194.51	194.51
CERELITOS UVA 1x34	34	34.06	1	194.51	194.51
PROVOCONES NAPOLITANO 1x34	34	34.06	1	194.51	194.51
ARROCINES MIEL 9 gr	34	34.06	1	194.51	194.51
CERELITOS BANANA 11 gr 1x34	34	34.06	1	194.51	194.51
CHOLONAS 9rs 30x24	30	34.06	1.14	194.51	221.74
CERELITOS UVA 12 gr 1x36	36	34.06	0.95	194.52	184.79
BUENACHOS SABOR JALISKITO 23gr 1x12x30	30	25.54	0.85	194.51	165.33
BUENACHOS SALSAPÉÑOS 23gr 1x12x30	30	25.54	0.85	194.51	165.33
BUENACHO QUESO NACHO 23gr 1x12x30	30	25.54	0.85	194.51	165.33
BUENACHO QUEZZZISIMO 23gr 1x12x30	30	25.54	0.85	194.51	165.33
FRIJOLI CHIPS 23gr 1x12x40	40	25.54	0.64	194.52	124.49
GUSTITOS SALSA Y QUESO 1x44	44	34.06	0.77	194.51	149.77
KITOS TORNILLOS QUESO 11grs 1x32	32	34.06	1.06	194.51	206.18



ANEXOS

KITOS TORNILLOS CHILPEÑOS 11gr 1x32	32	34.06	1.06	194.51	206.18
PIGUIS ORIGINAL LIMON 12grs 1x44	44	34.06	0.77	194.51	149.77
KITOS MEGA CHICHARRA CHILIMON 11g 1x24	24	34.06	1.42	194.51	276.21
MANI CHILE PRO 80g 1x12	8	104.52	13.07	194.51	2,542.26
MANI GARAPIÑADO PRO 80g 1x12	8	104.52	13.07	194.51	2,542.26
MANI LIMON PRO 80g 1x12	8	104.52	13.07	194.51	2,542.26
MANI SALADO PRO 80g 1x12	8	104.52	13.07	194.51	2,542.26
PLATANO MADURO PRO 80g	24	11.62	0.48	194.52	93.37
PLATANO VERDE PRO 85g	24	11.62	0.48	194.52	93.37
PLATANO VERDE SALADO PRO 160g	20	20.01	1	194.51	194.51
TOREADO BARBACOA PRO 90g	24	9.88	0.41	194.51	79.75
TOREADO BARBACOA RISTRA PRO 30g 1x10	12	22.71	1.89	194.51	367.63
TOREADO LIMON PRO 90g	24	9.88	0.41	194.51	79.75
YUCA SALADA PRO 50g	24	9.69	0.4	194.5	77.8
MANI CHILE PRO 18g 1x12	20	25.16	1.26	194.51	245.08
MANI LIMON PRO 18g 1x12	20	25.16	1.26	194.51	245.08
MANI GARAPIÑADO PRO 18g 1x12	20	25.16	1.26	194.51	245.08
MANI SALADO PRO 18g 1x12	20	25.16	1.26	194.51	245.08
YUCA CREMA Y CEBOLLA PRO 50g	24	9.69	0.4	194.5	77.8
YUCA RANCHERA PRO 50g	24	9.45	0.39	194.51	75.86
SEMILLAS MIXTAS PRO 80g 1x24	24	18.97	0.79	194.51	153.66
MANI CON MIEL 70 GRAMOS 1x12	7	108.76	15.54	194.51	3,022.7
PLATANO VERDE SALADO PRO 142g	16	20.52	1.28	194.51	248.97
BOLITAS PRO CON SABOR A QUESO 45grs	21	15.69	0.75	194.51	145.88
MANI SALADO LATA PRO 120g 1x24	24	25.8	1.08	194.51	210.07
SEMILLA MIXTA PRO 150g 1x12	12	56.59	4.72	194.51	918.09



ANEXOS

MANI JAPONES CON LIMON PRO 70grs 1x24	24	15.13	0.63	194.51	122.54
MANI JAPONES CON CHILE PRO 70grs 1x24	24	15.13	0.63	194.51	122.54
SEMILLAS DE MARAÑON TROCITOS PRO 80grs 1x24	24	36.46	1.52	194.51	295.66
PLATANO VERDE CON SAL Y LIMON PRO 85grs 1x24	24	11.62	0.48	194.52	93.37
MANI SALADO CON PASAS PRO 80grs 1x8x12	8	107.13	13.39	194.51	2,604.5
TOREADITOS EXPLOSIVO CHILE Y LIMON PRO 90g	24	9.88	0.41	194.51	79.75
FOSFORO AGUILA 1x50X10	50	7.165646	0.14	194.5	27.23
FOSFORO AGUILA 1x10X50	10	35.82823	3.58	194.51	696.35
FOSFORO AGUILA 1x10X50 + 4 uds DT Rendidor 35g	1	322.927	322.93	194.51	62,813.44
MOLE EN VASO COSTEÑA 235g	12	67.78	5.65	194.51	1,098.99
SALSA MEX ROJA COSTEÑA BOTELLA 475g	12	46.49	3.87	194.51	752.76
SALSA MEX ROJA COSTEÑA LATA 220g	24	18.05	0.75	194.51	145.88
SALSA MEX VERDE BOTELLA 475g	12	45.91	3.83	194.51	744.98
SALSA MEX VERDE COSTEÑA LATA 220g	24	22.15	0.92	194.51	178.95
SALSA PICANTE COSTEÑA 145g	24	19.59	0.82	194.51	159.5
CHICHAROS LA COSTEÑA 220g	24	16.14	0.67	194.51	130.32
CHILE JALAPEÑO LA COSTEÑA ENTERO 220g	24	18.18	0.76	194.51	147.83
CHILE JALAPEÑO LA COSTEÑA NACHO 220g	24	19.18	0.8	194.51	155.61
CHILE JALAPEÑO LA COSTEÑA NACHO 2800g	6	167.45	27.91	194.51	5,428.8
CHILE JALAPEÑO LA COSTEÑA RAJAS 220g	24	20.25	0.84	194.51	163.39
ELOTE DORADO LA COSTEÑA 220g	24	23.91	1	194.51	194.51

ENSALADA DE VERDURAS LA COSTEÑA 220g	24	20.78	0.87	194.51	169.22
FRIJOL BAYO REFRITO LA COSTEÑA 400g	12	28.51	2.38	194.51	462.94
FRIJOL CHARRO LA COSTEÑA 560g	12	38.52	3.21	194.51	624.38
CHILE CHIPOTLE ADOBADO CHAROLA 200g	24	36.84	1.54	194.51	299.55
CHICHAROS LA COSTEÑA 420g	24	24.62	1.03	194.51	200.35
ELOTE DORADO LA COSTEÑA 410g	24	33.55	1.4	194.51	272.32
CODITO MEDIANO 200g 1x42	42	7.82	0.19	194.53	36.96
CONCHA 200g 1x42	42	7.82	0.19	194.53	36.96
ESPAGUETTI 200g 1x60	60	7.82	0.13	194.54	25.29
TORNILLO 200g 1x42	42	7.82	0.19	194.53	36.96
ATUN AHUMADO CALVO 165g	48	59.3	1.24	194.51	241.19
ATUN CON MAIZ CALVO 165g	48	53.5	1.11	194.51	215.91
ATUN CON VEGETALES CALVO 165g	48	44.55	0.93	194.52	180.9
ATUN CON VEGETALES PICANTE CALVO 165g	48	53.5	1.11	194.51	215.91
ATUN JALAPEÑO LIGHT CALVO 165g	48	59.3	1.24	194.51	241.19
ATUN LOMO ACEITE DE OLIVA CALVO 165g	48	82.3	1.71	194.51	332.61
ATUN TROCITOS ACEITE VEG CALVO 170g	48	43.73	0.91	194.52	177.01
ATUN TROZOS EN ACEITE VEG CALVO 165 g	48	70.33	1.47	194.51	285.93
ATUN TROZOS EN AGUA CALVO 165g	48	46.56	0.97	194.52	188.68
CALAMARES EN SU TINTA CALVO 115g	50	44.54	0.89	194.51	173.11
CALVO ENSALDA VRTY 4PACK/200g	2	31.96	15.98	194.51	3108.29
MEJILLONES ESCABICHE CALVO 115g	50	83.34	1.67	194.51	324.83
ATUN TROCITOS CON VEGETALES MAR DE PLATA 165g	48	26.81	0.56	194.52	108.93
ATUN TROCITOS EN ACEITE MAR DE PLATA 160G	48	37.9	0.79	194.51	153.66

ATUN TROZOS EN AGUA MAR DE PLATA 160G	48	37.9	0.79	194.51	153.66
ATUN TROZOS EN AGUA CALVO 950 g	10	288.24	28.82	194.51	5,605.81
ATUN EN ACEITE DE CANOLA CALVO 160 g	48	62.23	1.3	194.51	252.86
6PACK TROZOS DE ATUN CALVO EN ACEITE DE CANOLA 160g	8	43.88	5.49	194.51	1,067.87
2PACK CALVO SALMON ACEITE DE OLIVA CALVO 110g	5	344.32	68.86	194.51	1,3394.03
ATUN CON VEGETALES CALVO 105g	72	31.61	0.44	194.5	85.58
ATUN CON VEGETALES CALVO 240g	24	72.85	3.04	194.51	591.31
ATUN TROCITOS ACEITE VEGETAL CALVO 240g	24	87.57	3.65	194.51	709.97
TROZOS DE ATUN EN AGUA CALVO 250 g x 24	24	82.38	3.43	194.51	667.17
6PACK ATUN EN ACEITE DE OLIVAS	8	208.08	26.01	194.51	5,059.23
6PACK TROZOS DE ATUN EN AGUA	8	208.08	26.01	194.51	5,059.23
SIX PACK CALVO MAIZ-VEG PICANTE-AHUMADO	8	208.08	26.01	194.51	5,059.23
CALVO TROZOS EN ACEITE 1kgr	10	224.54	22.45	194.51	4,366.77
6PK CALVO TUNA TROZOS EN ACEITE 160gr	8	43.88	5.49	194.51	1,067.87
6PK CALVO ATUN VEGETALES 160gr	8	43.88	5.49	194.51	1,067.87
ATUN EN AGUA MAR DE PLATA 160g	48	26.81	0.56	194.52	108.93
ATUN EN ACEITE MAR DE PLATA 160g	48	26.81	0.56	194.52	108.93
FILETE DE ATUN EN ACEITE DE OLIVA 250grs	6	56.16	9.36	194.51	1,820.62
FILETE DE SALMON EN ACEITE DE OLIVA 110grs	10	56.16	5.62	194.51	1,093.15
ENSALADA MEDITERRANEA	8	56.16	7.02	194.51	1,365.47
ENSALADA PASTAS	8	56.16	7.02	194.51	1,365.47

*ANEXOS*

POLVO DE HORNEAR FLEISHMAN 5lbs	10	63.48	6.35	194.51	1,235.14
CREMA PASTELERA VAINILLA FLEISCHMAN	5	51.73	10.35	194.51	2,013.19
BRILLO GEL FLEISCHMAN	1	434.5	434.5	194.51	84,515.03
PREMEZCLA DE VAINILLA FLEISCHMAN 50lbs	1	1,595.24	1,595.24	194.51	310,291.74
PREMEZCLA DE CHOCOLATE FLEISCHMAN 50lbs	1	2,316.93	2,316.93	194.51	450,668.38
MEJORANTE PAN DULCE SUPER FLEISCHMAN	20	29.27	1.46	194.51	283.99
LEVADURA DULCE FLEISCHMAN 500g 1x20	1	1,131.15	1,131.15	194.51	220,021.12
MEJORANTE SOFTASA LV10 50lbs 1x1	1	6,757.13	6,757.13	194.51	1,314,336.14
CREMA BABARIA FLEISHMAN 1kg 1x5	5	66.21	13.24	194.51	2,575.33
RELLENO PULPA MARACUYA FLEISHMAN 1kg 1x5	5	110.49	22.1	194.51	4,298.69
RELLENO PULPA MANZANA FLEISHMAN 1kg 1x5	5	88.97	17.79	194.51	3,460.35
RELLENO PULPA MORA FLEISHMAN 1kg 1x5	5	88.97	17.79	194.51	3,460.35
RELLENO PULPA DURAZNO FLEISHMAN 1kg 1x5	5	88.97	17.79	194.51	3,460.35
LECHE PINITO VAINILLA TETRA 250ml	54	13.66	0.25	194.52	48.63
LECHE EN POLVO PINITO 120g	12	26.48	2.21	194.51	429.87
LECHE PINITO CHOCOLATE TETRA 250ml	54	13.66	0.25	194.52	48.63
LECHE PINITO FRESA TETRA 250ml	54	13.66	0.25	194.52	48.63
LECHE EN POLVO CRE-C+1 BOLSA 1.5 kgr 1x6	6	304.03	50.67	194.51	9,855.87
LECHE EN POLVO CRE-C+1 BOLSA 2.2 kgr 1x6	6	411.74	68.62	194.51	13,347.35
LECHE EN POLVO PINITO BOLSA 1.5 kgr 1x6	6	318.97	53.16	194.51	10,340.21



ANEXOS

LECHE PINITO POLVO 350g	24	78.17	3.26	194.51	634.11
DOS PINOS CRE - C 1 + 120grs	12	25.68	2.14	194.51	416.25
DOS PINOS CRE - C 1 + 350grs	24	68.98	2.87	194.51	558.25
LECHE PINITO POLVO 350g - 25% MAS GRATIS	24	75.45	3.14	194.51	610.76
palillos premier 500 unds	144	2,424.96	16.84	194.51	3,275.57
palillos premier 250 unds	144	1,389.6	9.65	194.51	1,877.03
palillos premier vasos plastico 250 unds	60	1,065.6	17.76	194.51	3,454.52
palillos bambu medianos	100	2,313	23.13	194.51	4,499.04
palillos chocobananos 150 unds	70	735.7	10.51	194.51	2,044.31
Batichoco chocolate 400 grs	25	971.5	38.86	194,5110047	7558,697641
Batichoco chocolate 400 grs	25	971.5	38.86	194.51	7,558.7
Batichoco Fresa 400 grs	25	971.5	38.86	194.51	7,558.7
Batichoco chocolate 100 grs	24	291.12	12.13	194.51	2,359.42
Batichoco vainilla 400 grs	25	971.5	38.86	194.51	7,558.7
papel aluminio 24/75 ft ALUSIN	24	1,084.08	45.17	194.51	8,786.06
papel aluminio foil ALUSIN 25 ft	24	408.72	17.03	194.51	3,312.52
papel aluminio foil ALUSIN 500 ft	4	1705	426.25	194.51	82,910.32
campeon adulto 50lbs	1	655.2	655.2	194.51	127,443.61
campeon cachorro 50 lbs	1	806.24	806.24	194.51	156,822.55
campeon adulto 5 lbs	1	69.87	69.87	194.51	13,590.48
Avena hojuela 55 lb	1	772.52	772.52	194.51	150,263.64
Avena hojuela bolsa 400 gr MI AVENA FANNY	1	18.52	18.52	194.51	3,602.34
Avena hojuela bolsa 50 gr docena MI AVENA FANNY	1	38.57	38.57	194.51	7,502.29
Avena hojuela bolsa 3 kg MI AVENA FANNY	1	109.96	109.96	194.51	21,388.43
vainilla 12 onz	24	226.56	9.44	194.51	1,836.18

frambuesa 12 onz	24	226.56	9.44	194.51	1,836.18
vinagre tinto 12 onz	24	199.2	8.3	194.51	1,614.44
vinagre blanco 12 onz	24	199.2	8.3	194.51	1,614.44
salsa de tomate 14 onza	24	500.64	20.86	194.51	4,057.5
salsa de tomate 29 onza	12	426.12	35.51	194.51	6,907.09
salsa de tomate 1 lb	16	546.24	34.14	194.51	6,640.61
salsa de tomat 1/2 gl	12	739.8	61.65	194.51	11,991.6
salsa de tomate 1 gl	6	655.8	109.3	194.51	21,260.05
vinagre blanco 1 gl	6	223.44	37.24	194.51	7,243.59
vinagre tinto 1 gl	6	223.44	37.24	194.51	7,243.59
pan blanco light 650 gr			27.02	194.51	5,255.69
pan blanco fam 720 gr			27.02	194.51	5,255.69
pan integral 700 gr			27.02	194.51	5,255.69
pan monarca 400 gr			27.02	194.51	5,255.69
pan doble fibra 530 gr			27.02	194.51	5,255.69
tostados 200 gr			10	194.51	1,945.11
pan tostado 105 gr			11	194.51	2,139.62
molido			15	194.51	2,917.67
roles de canela 2 p			6.84	194.51	1,330.46
panquesito 2 p			6.84	194.51	1,330.46
mi damata 3 p 38 g			7.68	194.51	1,493.84
panquesito pasa 250 gr			8.55	194.51	1,663.07
pingüino 2 p			12.64	194.51	2,458.62
bimbolete 2 p			8.55	194.51	1,663.07
panquesito gotas choco			8.55	194.51	1,663.07
paleta payaso			12	194.51	2,334.13
gomi pingüinos 125 gr			30	194.51	5,835.33
gomi dientes 125 gr			30	194.51	5,835.33

duvaling			4	194.51	778.04
soda doble fibra 8 p			23	194.51	4,473.75
soda normal 8 p			20	194.51	3,890.22
soda salada 8p			23	194.51	4,473.75
galleta orion chocolate 8 p			20	194.51	3,890.22
arroz tio pelon lbs	100	1150	11.5	194.51	2,236.88
aceite bidon	16	550	34.38	194.51	6,687.29
gelatina uva	12	84	7	194.51	1,361.58
gelatina naranja	12	84	7	194.51	1,361.58
gelatina limon	12	84	7	194.51	1,361.58
gelatina fresa	12	84	7	194.51	1,361.58
super eskimo café 24 unds	24	216	9	194.51	1,750.6
super eskimo vainilla 24 unds	24	216	9	194.51	1,750.6
super eskimo mani 24 unds	24	216	9	194.51	1,750.6
cono bola 24 unds	24	192	8	194.51	1,556.09
super cono 24 unds	24	288	12	194.51	2,334.13
tu y yo fresa 12 pack	12	84	7	194.51	1,361.58
tu y yo uva 12 pack	12	84	7	194.51	1,361.58
fruta natural piña 12 pack	12	108	9	194.51	1,750.6
rocket 12 pack	12	84	7	194.51	1,361.58
cocoa 12 pack	12	144	12	194.51	2,334.13
fruta rellena 12 pack	12	144	12	194.51	2,334.13
fruta natural nancite 12 pck	12	144	12	194.51	2,334.13
fruta natural guanabana 12 pack	12	144	12	194.51	2,334.13
fruta natural coco 12 pack	12	144	12	194.51	2,334.13
2 x 1 naranja-limon-cereza 30 unds	30	210	7	194.51	1,361.58
helado chocolate light litro	1	68	68	194.51	13,226.75
helado fresa light litro	1	68	68	194.51	13,226.75



ANEXOS

nieve litro	1	68	68	194.51	13,226.75
nieve 1/2 galon	1	34	34	194.51	6,613.37
helado yogurt frutas tropicales litro	1	68	68	194.51	13,226.75
helado yogurt albaricoque litro	1	68	68	194.51	13,226.75
helado yogurt fresa litro	1	68	68	194.51	13,226.75
queque helado	1	320	320	194.51	62,243.52
helado galon	1	68	68	194.51	13,226.75
helado 1/2 galon	1	34	34	194.51	6,613.37
pichinga 1/2 galon	1	34	34	194.51	6,613.37
helado litro	1	68	68	194.51	13,226.75
helado 1/2 litro	1	34	34	194.51	6,613.37
helado 8 onza	1	14	14	194.51	2,723.15
helado 3 onza	1	9	9	194.51	1,750.6
cajeta de leche pet 114	1	15	15	194.51	2,917.67
cajeta de leche pet 227	1	18	18	194.51	3,501.2
paleta de leche LA VAQUITA tiras 100 uds	50	859.5	17.19	194.51	3,343.64
goma hinchable whatabubble sbor frutas bolsa 100 uds	20	1,330.8	66.54	194.51	12,942.76
goma de mascar miniatura sabores surt bolsa 320 unds	20	1,164.4	58.22	194.51	11,324.43
caramelo suave cherry sour blister 20 uds	12	1,020.84	85.07	194.51	16,547.05
caramelo suave jelly surtido blister 20 uds	12	1,020.84	85.07	194.51	16,547.05
goma de mascar 2 past surtido 60 pz	24	1,284.72	53.53	194.51	10,412.17
caramelo starling menta jarra 250 unds	6	989.04	164.84	194.51	32,063.19
caramelo sabor fresa jarra 250 unds	6	989.04	164.84	194.51	32,063.19
caramelo sabor mantequilla jarra 250 unds	6	989.04	164.84	194.51	32,063.19
jelly bean jarra	8	1,413.6	176.7	194.51	34,370.09
goma de mascar 4 past surtido 60 pz	40	2,300.8	57.52	194.51	11,188.27

caramelo starling menta bolsa 100 unds	20	1,145.4	57.27	194.51	11,139.65
caramelo sabor fresa bolsa 100 unds	20	1,145.4	57.27	194.51	11,139.65
caramelo sabor mantequilla bolsa 100 unds	20	1,145.4	57.27	194.51	11,139.65
goma de mascar 2 past clorofila 60 pz	24	1,160.64	48.36	194.51	9,406.55
pastillas refrescantes mentol 20 pz	30	2,864.1	95.47	194.51	18,569.97
CHICLE CANICAS CHIBOLA 1x36x100	36	19.76	0.55	194.51	106.98
CHICLE CANICAS CHIBOLON 1x18x100	18	61.13	3.4	194.51	661.34
CHICLE CANICAS CHIBOLON POTE 1x6x300	6	177.07	29.51	194.51	5,740.02
CHICLE MR. MACH MENTA 1x30x100	30	40.41	1.35	194.51	262.59
CHICLE SQUIZ SABOR FRESA 1x16x40	16	32.22	2.01	194.51	390.97
CHICLE SQUIZ SABOR TUTTI FRUTI 1x16x40	16	32.22	2.01	194.51	390.97
CHICLE SQUIZ SABOR BLUEBERRY 1x16x40	16	32.22	2.01	194.51	390.97
GALLETA WAFER KILATTE CON CHOCOLATE 1x12x20	12	46.89	3.91	194.51	760.54
CHICLE CANICAS CHIBOLON POTE 1x6x200	6	136.49	22.75	194.51	4,425.13
CHICLE CANICAS BLISTER 4uds 1x39x48	39	34.61	0.89	194.51	173.11
CHICLE CANICAS CHIBOLON RISTRA 1x20x60	20	42.83	2.14	194.51	416.25
G.CHOCOLATE RELLENO DE CHOCOLATE 1x12	24	14.4	0.6	194.52	116.71
G.CHOCOLATE RELLENO DE VAINILLA 1x12	24	14.4	0.6	194.52	116.71
G.VAINILLA RELLENO DE CHOCOLATE 1x12	24	14.4	0.6	194.52	116.71
GALLETA LOLA COCO 1x12x3	24	8.15	0.34	194.5	66.13
GALLETA LOLA GRANULADA 1x12x3	24	8.15	0.34	194.5	66.13
GALLETA LOLA VAINILLA 1x12x3	24	8.15	0.34	194.5	66.13
GALLETA LOLA VAINILLA 1x12	24	12.95	0.54	194.52	105.04
GALLETA NOE ANIMALITOS 1x18	18	17.69	0.98	194.51	190.62

G.CHOCOLATE RELLENO DE FRESA 1x12	24	14.63	0.61	194.51	118.65
GALLETA LOLA COCO 1x12	24	12.95	0.54	194.52	105.04
GALLETA LOLA GRANULADA 1x12	24	12.95	0.54	194.52	105.04
VAIVAI VAINILLA 25 gr 24x12	24	14.63	0.61	194.51	118.65
GALLETA FRESA VAIVAI 25 gr 24x12	24	14.63	0.61	194.51	118.65
GALLETA COCKTAIL EXTRA 24x12x3	24	16.33	0.68	194.51	132.27
GALLETA MARIA 24x12x5	24	14.63	0.61	194.51	118.65
GALLETA CHOCALATE BLACKZ CIOCCO	24	30.61	1.28	194.51	248.97
BON BON BUM ATOMIC 15x24	15	17.64	1.18	194.51	229.52
BON BON BUM CLEAR 15x24	15	17.63	1.18	194.51	229.52
BON BON BUM COOL 15x24	15	17.63	1.18	194.51	229.52
BON BON BUM FRESA 15x24	15	17.64	1.18	194.51	229.52
BON BON BUM NAVIDEÑO 15x24	15	17.64	1.18	194.51	229.52
BON BON BUM SURTIDO 15x24	15	17.64	1.18	194.51	229.52
CARAM COFFEE DELIGHT 1x20x25	20	8.72	0.44	194.5	85.58
CARAM COFFEE DELIGHT 8x100	8	34.9	4.36	194.51	848.07
CARAM COFFEE DELIGHT DULC LECHE 8x100	8	34.9	4.36	194.51	848.07
CARAM DULCE DE MIEL 8x100	8	34.9	4.36	194.51	848.07
CARAM FRUTICA SACHET 1x20x25	20	8.72	0.44	194.5	85.58
CARAM FRUTICA SACHET 8x100	8	34.9	4.36	194.51	848.07
CARAM FRUTICA SACHET FRESA 8x100	8	34.9	4.36	194.51	848.07
CARAM MENTA CHOCOLATE 1x20x25	20	8.54	0.43	194.51	83.64
CARAM MENTA CHOCOLATE 8x100	8	34.9	4.36	194.51	848.07
CARAM MENTA HELADA CONFITE 8x100	8	34.9	4.36	194.51	848.07
CARAM MINI BUM MANGO 8x100	8	34.9	4.36	194.51	848.07
CARAM MINI CHOCOMANI 8x100	8	34.9	4.36	194.51	848.07
CARAM RELLENO SURTIDO 15x120	15	28.02	1.87	194.51	363.74



ANEXOS

CARAM TOMBY 8X100	8	34.9	4.36	194.51	848.07
CHICLE PAPAUPA 8x100	8	34.9	4.36	194.51	848.07
COLOMBINA MIX 1Kg 1x8	8	66.73	8.34	194.51	1,622.22
COLOMBINA MIX 3Kg 1x6	6	178.09	29.68	194.51	5,773.09
COLOMBINETA CHOCOMANI 15x20	15	18.34	1.22	194.51	237.3
COLOMBINETA COOKIES & CREAM 15x24	15	31.31	2.09	194.51	406.53
COLOMBINETA YOGURT SURTIDA 15x24	15	17.64	1.18	194.51	229.52
COLOMBINETAS COCO 15X24	15	17.64	1.18	194.51	229.52
PALETA TIPITIN CERVECITA 15x24	15	17.2	1.15	194.51	223.69
PALETA TIPITIN CORAZON 15x24	15	17.2	1.15	194.51	223.69
PIRULITO DALMATA 15x24	15	17.64	1.18	194.51	229.52
BARQUILLO PIAZZA FRESA 1x36	36	8.52	0.24	194.5	46.68
BARQUILLO PIAZZA JIRAFÁ CHOCOLATE 24x12	24	21.69	0.9	194.51	175.06
BARQUILLO PIAZZA VAINILLA 1x36	36	8.52	0.24	194.5	46.68
GALLETA BRIDGE CHOCOLATE 24x10	24	18.8	0.78	194.51	151.72
GALLETA BRIDGE FRESA 24x10	24	18.8	0.78	194.51	151.72
GALLETA BRIDGE VAINILLA 24x10	24	18.8	0.78	194.51	151.72
CARAM MINI COOKIES & CREAM 1x8	8	34.9	4.36	194.51	848.07
PALETA TIPITIN KOLA 15x24	15	17.2	1.15	194.51	223.69
BON BON SURTIDO / BONBONERA	6	157.85	26.31	194.51	5,117.58
COLOMBINA MIX CAJA EXHIBIDORA	6	178.09	29.68	194.51	5,773.09
BON BON BUM MANGO JUNIOR 15x24	15	17.64	1.18	194.51	229.52
MAX PIÑA COLADA 1x12x10x40grs	12	35.47	2.96	194.51	575.75
PIRULITO ATOMIC	13	36.73	2.83	194.51	550.47
CARAMELO RELLENO	8	23.41	2.93	194.51	569.92
BON BON BUM SANDIA	15	17.63	1.18	194.51	229.52
MENTA HELADA EXTRA FUERTE	8	34.9	4.36	194.51	848.07



ANEXOS

GALLETA BRIDGE BANANO 24x10	24	19.4	0.81	194.51	157.55
FRUTICAS MARGARITA 8X100	8	34.9	4.36	194.51	848.07
PAPAUPA MENTA 8x100	8	37.61	4.7	194.51	914.2
PAPAUPA CANELA 8x100	8	37.61	4.7	194.51	914.2
GALLETA BRIDGE NARANJA 24x10	24	19.4	0.81	194.51	157.55
MAX FRULETTE SABOR A FRESA 16x50	16	35.08	2.19	194.51	425.98
MAX FRULETTE SABOR A CHICLE 16x50	16	35.08	2.19	194.51	425.98
MINI BUM SANDIA	8	34.9	4.36	194.51	848.07
BRIDGE NAVIDAD	24	15	0.63	194.51	122.54
PALETA TIPITIN CORAZON NAVIDAD 15X24	15	17.28	1.15	194.51	223.69
PALETA TIPITIN 2 CORAZONES 15X24	15	17.2	1.15	194.51	223.69
MINI BUM EXTRA COOL 8x100	8	34.9	4.36	194.51	848.07
COLOMBINA MIX 5Kg 1x3	3	287.96	95.99	194.51	18,671.11
BON BON BUM MARACUYA 15x24	15	17.64	1.18	194.51	229.52
TIPITIN SONRISA 15x24	15	17.2	1.15	194.51	223.69
PIAZZA JIRAFAS SURTIDO 24X12	24	21.69	0.9	194.51	175.06
GALLETA BRIDGE PIÑA 24x10	24	19.4	0.81	194.51	157.55
PIAZZA CHOCOMANI 1X36	36	8.52	0.24	194.5	46.68
PALETA TIPITIN SANDIA 15X24	15	17.2	1.15	194.51	223.69
COFFEE DELIGHT CHIPS 8X100	8	34.9	4.36	194.51	848.07
MENTA HELADA YERBA BUENA 8X100	8	34.9	4.36	194.51	848.07
SNOW MINT PUFF 8X100	8	34.9	4.36	194.51	848.07
WAFER COLOMBINA CHICLE 24X12	24	8.09	0.34	194.5	66.13
WAFER COLOMBINA FRESA 24X12	24	8.09	0.34	194.5	66.13
WAFER COLOMBINA VAINILLA 24X12	24	8.09	0.34	194.5	66.13
WAFER COLOMBINA CHOCOLATE 24X12	24	8.09	0.34	194.5	66.13
MILLOWS CORAZON 1X12X145grs	12	13.7	1.14	194.51	221.74
MILLOWS ARCO IRIS 1X12X145grs	12	15.62	1.3	194.51	252.86



ANEXOS

MILLOWS MARGARITA 1X12X145grs	12	13.7	1.14	194.51	221.74
MILLOWS CREAM 1X6X50X 5.8grs	6	29.17	4.86	194.51	945.32
GALLETA BRIDGE AVELLANA 1X24X10	24	18.8	0.78	194.51	151.72
MILLOWS CARITAS 1X12X145grs	12	13.7	1.14	194.51	221.74
BOM BOM BLUERAZZ FRAMBUESA 15X24 19grs	15	17.64	1.18	194.51	229.52
MILLOWS NAVIDAD 1X12X145grs	12	13.7	1.14	194.51	221.74
WAFER COL FRESA WMT 1X24X10X10grs	24	19.4	0.81	194.51	157.55
WAFER COL CHOCOLATE WMT 1X24X10X10grs	24	19.4	0.81	194.51	157.55
WAFER COL VAINILLA WMT 1X24X10X10grs	24	19.4	0.81	194.51	157.55
SNOW MNIT NAVIDAD 20X25X4.5grs	20	8.72	0.44	194.5	85.58
PIAZZA NAVIDAD VAINILLA 1X36X45 3grs	36	8.26	0.23	194.52	44.74
COLOMBINETA TAMARINDO CON CHAMOY 15x24	15	17.64	1.18	194.51	229.52
CARAM ROSA DE JAMAICA 8X100	8	34.9	4.36	194.51	848.07
GALLETA BRIDGE VAINILLA WM 1X24X8X28grs	24	15.03	0.63	194.51	122.54
GALLETA BRIDGE FRESA WM 1X24X8X28grs	24	15.03	0.63	194.51	122.54
GALLETA BRIDGE CHOCOLATE WM 1X24X8X28grs	24	15.03	0.63	194.51	122.54
GALLETA MAX TURRON DE MANI 1x12x10	12	35.39	2.95	194.51	573.81
MILLOWS CAPUCHINO 1x6x50	6	29.17	4.86	194.51	945.32
WAFER GALLETON VAINILLA 1x24x12	24	13.04	0.54	194.52	105.04
WAFER GALLETON FRESA 1x24x12	24	13.04	0.54	194.52	105.04
BARQUILLO PIAZZA MOCCA CAFE 1x36	36	8.26	0.23	194.52	44.74
BARQUILLO PIAZZA JIRAFÁ PIÑA 1x24	24	21.69	0.9	194.51	175.06
CHICLE PAPAUPA YERBABUENA 8x100	8	34.9	4.36	194.51	848.07



ANEXOS

CARAM FRUTICAS MORA SALVAJE 8x100	8	34.9	4.36	194.51	848.07
GALLETA BRIDGE DULCE DE LECHE 1x24x10	24	19.4	0.81	194.51	157.55
BOM BOM BUN NARANJA PIÑA 15x24	15	17.64	1.18	194.51	229.52
MILLOWS MARGARITA 1X16X290grs	16	26.08	1.63	194.51	317.05
MILLOWS CORAZONES 1X16X290grs	16	26.08	1.63	194.51	317.05
MILLOWS CONEJOS 1X16X290grs	16	26.08	1.63	194.51	317.05
COLOMBINETA NAPOLITANA 15x24	15	17.64	1.18	194.51	229.52
CARAM COFFEE DELIGHT EXPRESO 8x100	8	34.9	4.36	194.51	848.07
MILLOWS CARITAS 1X16X290grs	16	26.08	1.63	194.51	317.05
BOM BOM BUN MIX WM 12x15	12	10.75	0.9	194.51	175.06
CARAM MINI CHOCAMANI 20x25	20	8.72	0.44	194.5	85.58
PALETA TIPITIN MIX WM 12x15	12	10.75	0.9	194.51	175.06
CARAM MINI BUM CEREZA 8x100	8	34.9	4.36	194.51	848.07
PALETA TIPITIN KOLA MIX 15x24	15	17.2	1.15	194.51	223.69
COLOMBINETA YOGURT FRESA 15x24	15	17.64	1.18	194.51	229.52
GALLETA BRIDGE 5 PACK STDO 5x10x28grs	1	98.91	98.91	194.51	19239.08
BON BON BUM CEREZA COOL 15x24	15	17.64	1.18	194.51	229.52
COLOMBINA MIX 5Kg 1x4 CAJA EXIBIDORA	4	282.79	70.7	194.51	13751.93
MAX RON CON PASAS 1x12x10x40grs	12	35.38	2.95	194.51	573.81
CHICLE SPLOT TUTTI FRUTI 8x100	8	37.62	4.7	194.51	914.2
MILLOWS ARCO IRIS 1X15X145grs	15	13.7	0.91	194.52	177.01
MILLOWS CREAM 1x15x50 5.8grs	15	29.17	1.94	194.51	377.35
MILLOWS CORAZONEZ 1x15x145grs	12	13.7	1.14	194.51	221.74
MILLOWS MARGARITA 1x15x145grs	15	13.7	0.91	194.52	177.01
XTIME MENTA HELADA KOLA 1x8x100	8	34.9	4.36	194.51	848.07
MINI BUM MANGO 1x12x100x6grs	12	34.9	2.91	194.51	566.03
MINI BUM SANDIA 1x12x100x6grs	12	34.9	2.91	194.51	566.03
MINI BUM CEREZA 1x12x100x6grs	12	34.9	2.91	194.51	566.03



ANEXOS

CARAM FRUTICA LOVE CANDY 8x100	8	34.9	4.36	194.51	848.07
BARQUILLO PIAZZA JIRAFNA NAVIDAD 24x12	24	21.69	0.9	194.51	175.06
GOMITA ARITOS MARACUYA BOLSA 85g	25	15.01	0.6	194.52	116.71
GOMITA CORAZONES 125g	25	16.9	0.68	194.51	132.27
GOMITA CULEBRITAS 125g	25	16.9	0.68	194.51	132.27
GOMITA GOTITAS 125g	25	16.9	0.68	194.51	132.27
GOMITA OSITO 125g	25	16.48	0.66	194.52	128.38
MARSHMALOWS 1k Pricesmart 1x6	6	64.95	10.83	194.51	2,106.55
MARSHMALOWS 3.5onz (100g)	70	10.31	0.15	194.53	29.18
MARSHMALOWS 9onz (255g)	30	23.99	0.8	194.51	155.61
MARSHMALOWS ANGEL FRUTA TWISTER 500g	12	35.83	2.99	194.51	581.59
MARSHMALOWS ANGEL JUMBO 335g	20	22.12	1.11	194.51	215.91
MARSHMALOWS STRAWBERRY CREAM 2.5onz	24	10.41	0.43	194.51	83.64
MINI ANGEL PROMOCION RISTRA 20/24	20	40.92	2.05	194.51	398.75
MARSHMALOWS CORAZON FRESA 200gr	30	20.63	0.69	194.51	134.21
MARSHMALOWS TWISTER FRUTAS 200gr	30	20.72	0.69	194.51	134.21
MINIMINI BOLSON DISPLAY 6x50x25	6	98.69	16.45	194.51	3,199.71
ANGEL JUMBO CHOCOLATE 20*335g	20	19.43	0.97	194.52	188.68
ANGELITOS CHOCOLATE 30*200gr	30	20.02	0.67	194.51	130.32
ANGELITO CHURRO FRESA DE 500G	12	28.24	2.35	194.51	457.1
BOLSON ANGELITO BONGY 20X50X6G	20	30.2	1.51	194.51	293.71
GOMITA BANANA 125grs	25	16.9	0.68	194.51	132.27
GOMITA GUSANITO 85grs	25	15.01	0.6	194.52	116.71
GOMITA CULEBRITAS AZUCARADA 125 grs	25	16.9	0.68	194.51	132.27
MARSHMALOWS ANGELITOS FLOR FRUTAS 200grs	30	20.02	0.67	194.51	130.32



ANEXOS

MARSHMALLOWS ANGELITOS CHURRO FRESA 200grs	30	20.02	0.67	194.51	130.32
MARSHMALLOWS BOMBONES LIMONCELLO 200grs	30	20.02	0.67	194.51	130.32
MARSHMALLOWS STARLIGHT	30	20.02	0.67	194.51	130.32
MARSHMALLOWS AMERICANO BLANCO 200grs	30	20.02	0.67	194.51	130.32
MARSHMALLOWS COCO CHOCOLATE 200grs	30	19.54	0.65	194.51	126.43
MARSHMALLOWS CORAZON 50grs	24	10.7	0.45	194.51	87.53
MARSHMALLOWS MIXI HANGER 50grs	24	10.66	0.44	194.5	85.58
MARSHMALLOWS ANGELITOS GIGANTE COLORES 720g	10	49.12	4.91	194.51	955.05
MINI BOLSON 1x5x30	5	20.72	4.14	194.51	805.28
MARSHMALLOWS ANGELITO JUMBO BLANCO 335g	20	21.96	1.1	194.51	213.96
MINI MARSHMALLOWS AMERICANO COLOR 200grs	30	20.19	0.67	194.51	130.32
GOMITA DINOS 125grs	25	16.9	0.68	194.51	132.27
MARSHMALLOWS ANGELITOS CHURRO VERDE 335g 1x20	20	22.12	1.11	194.51	215.91
MARSHMALLOWS ANGELITOS CHURRO CELESTE 335g 1x20	20	22.12	1.11	194.51	215.91
MARSHMALLOWS ANGELITO STARLIGHT 335g 1x20	20	23.78	1.19	194.51	231.47
MARSHMALLOWS ANGELITO CHOCOPÍÑA 67 pz 335g 1x20	20	23.78	1.19	194.51	231.47
MARSHMALLOWS ANGELITO CHURRO FRESA 67 pz 335g 1x20	20	23.78	1.19	194.51	231.47
ANGELITO BONGY 24x50x6g	24	40.92	1.71	194.51	332.61

ANGELITOS RISTRA MINI MINI 24x24x20g	24	30.2	1.26	194.51	245.08
GUSTITOS SUPERCHURRO 11g 1x42	42	34.06	0.81	194.51	157.55
QUESITRIX CON QUESO 14g 1x24	60	34.06	0.57	194.51	110.87
QUESITRIX CON SALSA PICANTE 14g 1x24	60	34.06	0.57	194.51	110.87
TROMPETAS PIZZA SABOR ORIG 12g 1x48	48	34.06	0.71	194.51	138.1
PAPASITAS QUESO 7.5 gr	24	34.06	1.42	194.51	276.21
CHOCOARROCINES 1x34	34	34.06	1	194.51	194.51
CERELITOS UVA 1x34	34	34.06	1	194.51	194.51
PROVOCONES NAPOLITANO 1x34	34	34.06	1	194.51	194.51
ARROCINES MIEL 9 gr	34	34.06	1	194.51	194.51
CERELITOS BANANA 11 gr 1x34	34	34.06	1	194.51	194.51
CHOCOLONAS 9rs 30x24	30	34.06	1.14	194.51	221.74
CERELITOS UVA 12 gr 1x36	36	34.06	0.95	194.52	184.79
BUENACHOS SABOR JALISKITO 23gr 1x12x30	30	25.54	0.85	194.51	165.33
BUENACHOS SALSAPÉÑOS 23gr 1x12x30	30	25.54	0.85	194.51	165.33
BUENACHO QUESO NACHO 23gr 1x12x30	30	25.54	0.85	194.51	165.33
BUENACHO QUEZZISIMO 23gr 1x12x30	30	25.54	0.85	194.51	165.33
FRIJOLI CHIPS 23gr 1x12x40	40	25.54	0.64	194.52	124.49
GUSTITOS SALSA Y QUESO 1x44	44	34.06	0.77	194.51	149.77
KITOS TORNILLOS QUESO 11grs 1x32	32	34.06	1.06	194.51	206.18
KITOS TORNILLOS CHILPEÑOS 11gr 1x32	32	34.06	1.06	194.51	206.18
PIGUIS ORIGINAL LIMON 12grs 1x44	44	34.06	0.77	194.51	149.77
KITOS MEGA CHICHARRA CHILIMON 11g 1x24	24	34.06	1.42	194.51	276.21
MANI CHILE PRO 80g 1x12	8	104.52	13.07	194.51	2,542.26
MANI GARAPIÑADO PRO 80g 1x12	8	104.52	13.07	194.51	2,542.26
MANI LIMON PRO 80g 1x12	8	104.52	13.07	194.51	2,542.26

MANI SALADO PRO 80g 1x12	8	104.52	13.07	194.51	2,542.26
PLATANO MADURO PRO 80g	24	11.62	0.48	194.52	93.37
PLATANO VERDE PRO 85g	24	11.62	0.48	194.52	93.37
PLATANO VERDE SALADO PRO 160g	20	20.01	1	194.51	194.51
TOREADO BARBACOA PRO 90g	24	9.88	0.41	194.51	79.75
TOREADO BARBACOA RISTRA PRO 30g 1x10	12	22.71	1.89	194.51	367.63
TOREADO LIMON PRO 90g	24	9.88	0.41	194.51	79.75
YUCA SALADA PRO 50g	24	9.69	0.4	194.5	77.8
MANI CHILE PRO 18g 1x12	20	25.16	1.26	194.51	245.08
MANI LIMON PRO 18g 1x12	20	25.16	1.26	194.51	245.08
MANI GARAPIÑADO PRO 18g 1x12	20	25.16	1.26	194.51	245.08
MANI SALADO PRO 18g 1x12	20	25.16	1.26	194.51	245.08
YUCA CREMA Y CEBOLLA PRO 50g	24	9.69	0.4	194.5	77.8
YUCA RANCHERA PRO 50g	24	9.45	0.39	194.51	75.86
SEMILLAS MIXTAS PRO 80g 1x24	24	18.97	0.79	194.51	153.66
MANI CON MIEL 70 GRAMOS 1x12	7	108.76	15.54	194.51	3,022.7
PLATANO VERDE SALADO PRO 142g	16	20.52	1.28	194.51	248.97
BOLITAS PRO CON SABOR A QUESO 45grs	21	15.69	0.75	194.51	145.88
MANI SALADO LATA PRO 120g 1x24	24	25.8	1.08	194.51	210.07
SEMILLA MIXTA PRO 150g 1x12	12	56.59	4.72	194.51	918.09
MANI JAPONES CON LIMON PRO 70grs 1x24	24	15.13	0.63	194.51	122.54
MANI JAPONES CON CHILE PRO 70grs 1x24	24	15.13	0.63	194.51	122.54
SEMILLAS DE MARAÑON TROCITOS PRO 80grs 1x24	24	36.46	1.52	194.51	295.66
PLATANO VERDE CON SAL Y LIMON PRO 85grs 1x24	24	11.62	0.48	194.52	93.37



ANEXOS

	MANI SALADO CON PASAS PRO 80grs 1x8x12	8	107.13	13.39	194.51	2,604.5
	TOREADITOS EXPLOSIVO CHILE Y LIMON PRO 90g	24	9.88	0.41	194.51	79.75
						C\$
	Total					7,978,929.7

Aseo personal	Producto	Unds x galon	Precio por galon	Precio x und	Pedido de caja anual	Total anual
	Jabón Líquido Brisa	1	50	50	74.22	3,711.2
	Jabon Liquido para Manos Perfumado Brisa	1	130	130	74.22	9,649.11
	Jabón Líquido Perfumado Brisa	1	80	80	74.22	5,937.91
	Jabon Liquido Protex 210ML	1	48.1	48.1	74.22	3,570.17
	Jabon Ole 16gr(36 Paq x12 UN)	Caja(432)	799.5	1.85	74.22	137.31
	Jabon Ole 70r(Paquete 4)	1	31.98	31.98	74.22	2,373.68
	Jabon Palmolive	1	16.25	16.25	74.22	1,206.14
	Jabón Protex	1	17.94	17.94	74.22	1,331.58
	Papel Higienico Nevax 1000 hojas	Paq(4 Rollo)	64	64	74.22	4,750.33
	Papel Higienico Nevax 1000 hojas	Bolson(24 Rollo)	384	384	74.22	28,501.99
	Papel Higienico Scott 1000 hojas	Paq(4 Rollo)	82.68	82.68	74.22	6,136.83
	Papel Higienico Scott 1000 hojas	Bolson(24 Rollo)	507	507	74.22	37,631.53
	Papel Higienico Scott Plus Jumbo	Bolson de 24 Rollos	318.5	318.5	74.22	23,640.32
	PAÑAL HUGGIES CLASSIC MEGA G 1x40	6	129.57	21.6	74.22	1,603.24
	PAÑAL HUGGIES CLASSIC MEGA M 1x48	6	129.57	21.6	74.22	1,603.24
	PAÑAL HUGGIES CLASSIC MEGA XG 1x36	6	129.57	21.6	74.22	1,603.24
	PAÑAL HUGGIES CLASSIC MEGA XXG 1x32	6	129.57	21.6	74.22	1,603.24
	PAÑAL HUGGIES CLASSIC REG G 1x10	12	60.84	5.07	74.22	376.32
	PAÑAL HUGGIES CLASSIC REG M 1x12	12	60.84	5.07	74.22	376.32



ANEXOS

PAÑAL HUGGIES CLASSIC REG P 1x14	12	60.84	5.07	74.22	376.32
PAÑAL HUGGIES CLASSIC REG XG 1x10	12	60.84	5.07	74.22	376.32
PAÑAL HUGGIES CLASSIC REG XXG 1x8	12	60.84	5.07	74.22	376.32
PAÑAL HUGGIES NK RECIEN NACIDO 10x20	10	86.78	8.68	74.22	644.26
AROMATIZANTE CITRUS KIMCARE 6x1 48ml	1	1687.77	1687.77	74.22	125,272.91
PAP HIG JRT KLEEN PERF 2P 6x1x250mts	1	342.15	342.15	74.22	25,395.72
SERV INTERF KLEENEX POP UP 18x1x125's	1	221.99	221.99	74.22	16,476.97
TOALLA PAP KLENN INTERF DESL 18x1x125's	1	498.95	498.95	74.22	37,034.03
TOALLA PAP ROLLO KLEENEX 12x129 p	1	3020.08	3020.08	74.22	224,162.19
KOTEX ESENCIAL CON ALAS TELA 1x24X10	24	12.84	0.54	74.22	40.08
KOTEX ESENCIAL SIN ALAS TELA 1x24X10	24	12.84	0.54	74.22	40.08
KOTEX NOCTURNA CON ALAS TELA 1x16X10	16	26.73	1.67	74.22	123.95
KOTEX NOCTURNA SIN ALAS TELA 1x24X8	24	23.09	0.96	74.22	71.25
PROT DIARIO KOTEX DAYS SIN ALAS 1x24	24	14.31	0.6	74.22	44.53
PAÑAL ADULTO PLENITUD CLASSIC G 1x10x8	10	132.53	13.25	74.22	983.47
PAÑAL ADULTO PLENITUD CLASSIC M 1x10x8	10	132.53	13.25	74.22	983.47
SERV REGIO 6.5 DISP. 1x24x100	24	12.28	0.51	74.22	37.85



SERV REGIO CUAD BLANCA 1x6x500	6	81.87	13.65	74.22	1,013.16
PAPEL HIG SCOTT JUMBO AROMA 2P 1x12	1	417.72	417.72	74.22	31,004.82
ROLLO COCINA SCOTT BASIC BLANCA 1x70	24	12.35	0.51	74.22	37.85
PAP HIG INTERF SCOTT BP 2P 24x200hjs	1	320.64	320.64	74.22	23,799.16
PAP HIG JRT SCOTT 1P 6x1x500mts	1	390.44	390.44	74.22	28,979.99
PAP HIG JRT SCOTT EXPR 1P 6x1x400 mts	1	290.04	290.04	74.22	21,527.91
SERV SCOTT EXPR 6.5 INST 24x1x100's	1	216.54	216.54	74.22	16,072.45
SERV SCOTT PLUS 24x1x50's	1	689.17	689.17	74.22	5,1152.9
TOALLA PAP SCOTT FOLD WHITE 25x1x175's	1	1144.4	1144.4	74.22	84,941.86
CUAD ESP PROF AMER CHOPP 24X80hjs	24	40.63	1.69	74.22	125.44
JAB SPRAY ALCOHOL BACTISAN 1x12 400ml	12	190.26	15.86	74.22	1,177.19
DISP PAP HIG MINI JRT PLASTICO DOBLE	1	747.5	747.5	74.22	55,482.38
DISP ESPUMA ANTIBACTERIAL	1	414.28	414.28	74.22	30,749.49
JAB EUROBATH CAB Y CUERPO 1x18x500ml	18	68.68	3.82	74.23	283.54
JAB LIQUIDO GENTLE LOTION 1x12x800ml	12	83.61	6.97	74.22	517.34
JAB ESPUMA ANTIBACTERIAL 1x6x800ml	6	184.67	30.78	74.22	2,284.61
JAB SPRAY ANTIBACTERIAL 1x6x400ml	6	98.65	16.44	74.22	1,220.24
DISP SPRAY ALCOHOL BACTISAN	1	403.84	403.84	74.22	29,974.59
JAB SPRAY USO GENERAL 1x6x400ml	6	76.06	12.68	74.22	941.16



SERV INTERF KLEENEX POP UP 2P 1x6x6	6	106.43	17.74	74.22	1,316.73
TOALLA WYPX-80 INFOLD GREEN 1x10x25's	10	126.99	12.7	74.22	942.64
TOALLA WYPX-80 INFOLD BLUE 1x10x25's	10	126.99	12.7	74.22	942.64
TOALLA WYPX-80 1/4 FOLD WHITE 1x24x5's	24	21.03	0.88	74.23	65.32
PAÑO ANTIBACTERIAL WYPALL 1x6x80	6	332.33	55.39	74.22	4,111.26
PAÑO MICROFIBRA AZUL MULTIUSOS 1x4x6	4	215.48	53.87	74.22	3,998.44
PAÑO MICROFIBRA AMARILLO MULTIUSOS 1x4x6	4	215.48	53.87	74.22	3,998.44
PAÑO MICROFIBRA VERDE MULTIUSOS 1x4x6	4	215.48	53.87	74.22	3,998.44
PAP HIG MINI JRT SCOTT 2P 1x6x4x150mts	6	133.79	22.3	74.22	1,655.19
TOALLA COCINA PAP SCOTT 2P 1x24x95hjs	24	17.44	0.73	74.22	54.18
PAP.HIG SCOTT MEGA AROMA 2P 12X4X450	1	399.93	399.93	74.22	29,684.37
PAPEL TOALLA ROLL EXTENDER	6	184.94	30.82	74.22	2,287.58
PAPEL HIG RINDEMAX 2P 24x450	1	356.84	356.84	74.22	26,486.07
PAP HIG JRT KLEEN PERF 2P 12x1x250mts	1	656.29	656.29	74.22	48,712.42
PAPEL HIG RINDEMAX 12x450	12	58.36	4.86	74.22	360.73
KOTEX NOCTURNA C/ALAS PAGUE 8 LLEVE 10	16	20.56	1.29	74.22	95.75
SERVILLETAS SCOTT EXPRESS CUADRADA 10X100	1	128.44	128.44	74.22	9,533.32
TOALLA HUMEDA HUGGIES 1X16	16	21.37	1.34	74.22	99.46



KOTEX ESENCIAL C/ ALAS PAGUE 10 LLEVE 12	24	13.104586	0.55	74.22	40.82
KOTEX ESENCIAL S/ALAS PAGUE 10 LLEVE 12	24	13.104586	0.55	74.22	40.82
PAPEL HIG SCOTT JUMBO SMELL CLEAN 2P 1x12	1	443.36	443.36	74.22	32,907.92
PAPEL HIG SCOTT JUMBO SMELL CLEAN 2P 1x24	1	231.19	231.19	74.22	17,159.83
PAPEL HIG SCOTT RINDEMAX SM CLEAN 1X12	4	161.28	40.32	74.22	2,992.71
PH SCOTT HD 16 JUMBO 310+8 MAXI 250	1	237.93	237.93	74.22	17,660.1
TOA HUM HUG NAT CARE MAGACINE 1 X10	8	71.64	8.96	74.22	665.05
R. COC SCOTT MULT WINK 1X65	24	498.95	20.79	74.22	1,543.12
PAPEL HIGIÉNICO SCOTT 1P 24X1X1000	1	386.54	386.54	74.22	28,690.52
PAP HIG SCOTT 1P 12X4X1000	12	63.21	5.27	74.22	391.16
PAP HG SCOTT MEGA 2P 24X1X450	1	314.89	314.89	74.22	23,372.37
PAÑ HUG ACT SEC1'S MED JBO 4x50	4	258	64.5	74.22	4,787.44
PAÑ HUG ACT SEC1'S GDE JBO 4x50	4	258	64.5	74.22	4,787.44
PAÑ HUG ACT SEC 1'S XGDE JBO 4x50	4	258	64.5	74.22	4,787.44
TOA FEM KOTEX TEENS C/A TELA 24X10	24	18.81	0.78	74.22	57.89
TOA FEM KOTEX UP S/A TEL MZ 24X10	24	17.65	0.74	74.23	54.93
TOA FEM KOTEX UP C/A TEL MZ24X10	24	17.65	0.74	74.23	54.93
TOA FEM AMIGA S/A 24X10	24	11.54	0.48	74.23	35.63
PAP HG SCOTT MEGA 2P 12X4X450 A3	12	51.5	4.29	74.22	318.42
SERV SCOTT CUAD BL 24X1X100	24	81.87	3.41	74.22	253.1

SERV SCOTT DISP BL 24X1X100	24	81.87	3.41	74.22	253.1
R. COC SCOTT MULT 24X1X65	24	13.22	0.55	74.22	40.82
PA- HUG CLASSIC CONE JBO PEQ 6X50	6	204.61	34.1	74.22	2,531.04
PA- HUG CLASSIC CONE JBO MED 6X50	6	204.61	34.1	74.22	2,531.04
PA- HUG CLASSIC CONE JBO GDE 6X50	6	204.61	34.1	74.22	2,531.04
PA- HUG CLASSIC CONE JBO XGDE 6X50	6	222.57	37.1	74.22	2,753.71
PA- ADUL PLENITUD GDE PROTEC 10x8	10	152.5	15.25	74.22	1,131.91
PA- ADUL PLENITUD MED PROTEC 10x8	10	152.5	15.25	74.22	1,131.91
PAÑ HUG ACT SEC PEQ REG 12X14	12	61.16	5.1	74.22	378.54
PAÑ HUG ACT SEC MEDREG 12X12	12	61.16	5.1	74.22	378.54
PAÑ HUG ACT SEC GDE REG 12X10	12	61.16	5.1	74.22	378.54
PAÑ HUG ACT SEC XGDE REG 12X10	12	61.16	5.1	74.22	378.54
PAÑ HUG ACT SEC XXGDE REG 12X8	12	64.29	5.36	74.22	397.84
TOA HUM HUG FRESH FLIP TOP 24X48	24	52.16	2.17	74.23	161.07
TOA HUM HUG NAT CARE SPACK 16X40	16	41.6	2.6	74.22	192.98
PAP HIG SCOTT JUMBO + RINDEMAX	1	237.93	237.93	74.22	17,660.1
TOA KOTEX ESECNC C/A PUMBA TELA 1X10	1	12.84	12.84	74.22	953.04
TOA HUM HUG NAT CARE SPACK 16X32	16	39.51	2.47	74.22	183.33
PAP HIG SCOTT JUMBO 2P A3 DSL 24x1x310 + 2 Rindemax	1	237.93	237.93	74.22	17,660.1
PAP HIG SCOTT JUMBO 2P A3 DSL 12x4x310	1	420.55	420.55	74.22	31,214.87

TOA FEM KOT ESENC NOR C/A TELA 12x10 + 2 KUP	12	13.1	1.09	74.22	80.9
TOA FEM KOT ESENCI NOR S/A TEL 12x10 + 2 KUP	12	13.1	1.09	74.22	80.9
PAP HIG SCOTT RINDEMAX 2P 12x1x450 DSL A3	1	356.84	356.84	74.22	26,486.07
KOTEX NOCTURNA SIN ALAS TELA 1x16x8	16	24.47	1.53	74.22	113.56
PAÑ HUG CLASSIC SINGLE PACK M/S2 4x50	4	159.03	39.76	74.22	2,951.14
PAP HIG SCOTT MAXIROLLO 2P 24x1x250 A3	1	205.54	205.54	74.22	15,255.99
PAP HIG SCOTT JUMBO 2P A3 DSL 1X4X310	12	34.44	2.87	74.22	213.02
TOA HUM HUG CLASSIC REFIL 24x70	24	35.2	1.47	74.22	109.11
FEM PAD KOT EVOLUT NOR TELA 24x10	24	23.41	0.98	74.22	72.74
FEM PAD KOT EVOLUT NOR TELA MZ 24x10	24	23.41	0.98	74.22	72.74
JAB SPRAY ALCOHOL BACTISAN 1x12 400ml	12	218.46	18.21	74.22	1,351.62
PA- ADUL PLENITUD CLASSIC M 1x8x10	8	150.1	18.76	74.22	1,392.44
PA- ADUL PLENITUD CLASSIC G 1x8x10	8	150.1	18.76	74.22	1,392.44
PAP HIG SCOTT JUMBO 2P 12x1x310	1	231.19	231.19	74.22	17,159.83
gel xtreme 125 grs	24	386.64	16.11	74.22	1,195.75
gel xtreme 250 grs	24	585.12	24.38	74.22	1,809.58
gel xtreme 450 grs	12	496.44	41.37	74.22	3,070.64
gel xtreme 1000 grs	12	1043.88	86.99	74.22	6,456.74
gel xtreme caja sachet 30x1	6	488.4	81.4	74.22	6,041.83

gel xtreme dart clear 250 grs	12	498.48	41.54	74.22	3,083.26
gel prof,trans,botella 500 grs	12	596.04	49.67	74.22	3,686.7
gel xtreme control curl 220 grs	12	743.16	61.93	74.22	4,596.69
gel xtreme light 500 grs	12	602.76	50.23	74.22	3,728.27
gel xtreme gol 600 grs	6	337.62	56.27	74.22	4,176.58
gel xtreme silica 40 grs	8	525.04	65.63	74.22	4,871.32
gel xtreme kinds diamante 212 grs	12	372.48	31.04	74.22	2,303.91
gel xtreme big 1550 grs	3	348.12	116.04	74.22	8,612.94
gel xtreme squeez 260 grs	18	558.9	31.05	74.22	2,304.65
gel xtreme 250 grs ice	12	292.08	24.34	74.22	1,806.61
gel xtreme squeez 260 grs ice	18	558.9	31.05	74.22	2,304.65
gel xtreme 250 grs atraction	12	292.68	24.39	74.22	1,810.32
gel xtreme squeez 260 grs atraction	18	558.9	31.05	74.22	2,304.65
gel prof,trans,botella 900 grs	12	880.32	73.36	74.22	5,445.07
gel anticaida 18/260 grs	18	731.16	40.62	74.22	3,014.98
gel xtreme 1000 grs atraction	6	485.94	80.99	74.22	6,011.4
gel xtreme dart tiras 30x1	6	623.88	103.98	74.22	7,717.8
gel extreme tiras 30x1	6	465.78	77.63	74.22	5,762
gel xtreme xpunk free style 190 grs	10	410	41	74.22	3,043.18
betum solido brimas color negro 48/64 grs	48	986.4	20.55	74.22	1,525.3
betum solido brimas color cafe 48/64 grs	48	986.4	20.55	74.22	1,525.3
betum solido brimas color neutro 48/64 grs	48	986.4	20.55	74.22	1,525.3
betum solido brimas color negro 48/31 grs	48	549.12	11.44	74.22	849.12
betum solido brimas color café 48/31 grs	48	547.2	11.4	74.22	846.15

betum solido brimas color negro 72/15 grs	72	555.12	7.71	74.22	572.27
betum liquido brimas color negro 24/50 ml	24	315.12	13.13	74.22	974.56
Crema dermetics avena 20 onz	12	702	58.5	74.22	4,342.1
Crema dermetics original 20 onz	12	702	58.5	74.22	4,342.1
Crema dermetics trigo 20 onz	12	702	58.5	74.22	4,342.1
Crema dermetics aloe vera 20 onz	12	702	58.5	74.22	4,342.1
Crema dermetics vitamina E 20 ONZ	12	702	58.5	74.22	4,342.1
Crema dermetics Body collection lavanda 16,5 onz	12	743.64	61.97	74.22	4,599.66
Crema dermetics Body collection rosa 16,5 onz	12	743.64	61.97	74.22	4,599.66
shampoo 2 en 1 scooby doo manzana 16 onz	12	944.28	78.69	74.22	5,840.68
shampoo 2 en 1 scooby doo cereza 16 onz	12	944.28	78.69	74.22	5,840.68
shampoo 2 en 1 scooby doo chicle 16 onz	12	944.28	78.69	74.22	5,840.68
shampoo 2 en 1 scooby doo mandarina 16 onz	12	944.28	78.69	74.22	5,840.68
talco scooby doo cereza 24 onz	12	829.8	69.15	74.22	5,132.58
talco scooby doo chicle 24 onz	12	829.8	69.15	74.22	5,132.58
jabon manos scooby doo cereza 19,5 Onz	12	734.04	61.17	74.22	4,540.28
jabon manos scooby doo chicle 19,5 Onz	12	734.04	61.17	74.22	4,540.28
paquete shampoo y talco scooby doo 12 onz	12	797.88	66.49	74.22	4,935.15
desodorante rool on kannon caballero 2,5 onz	36	828	23	74.22	1,707.15



desodorante rool on west country 2,5 onz	36	828	23	74.22	1,707.15
desodorante rool on sweet honey dama 2,5 onz	36	828	23	74.22	1,707.15
desodorante rool on sensitive dama 2,5 onz	36	828	23	74.22	1,707.15
desodorante rool on sensual dama 2,5 onz	36	828	23	74.22	1,707.15
desodorante rool on sport dama 2,5 onz	36	828	23	74.22	1,707.15
crema BM botanical nutritiva 14,05 onza	12	568.32	47.36	74.22	3,515.25
crema BM botanical reafirmante 14,05 onza	12	568.32	47.36	74.22	3,515.25
crema BM botanical anticelulitis 14,05 onza	12	568.32	47.36	74.22	3,515.25
shampoo baby barbra 12 onz	12	446.88	37.24	74.22	2,764.1
colonia baby barbra 12 onz	12	446.88	37.24	74.22	2,764.1
aceite baby barbra 12 onza	12	446.88	37.24	74.22	2,764.1
crema baby barbra 12 onza	12	446.88	37.24	74.22	2,764.1
talco baby barbra 12 onz	12	446.88	37.24	74.22	2,764.1
vaselina baby barbra rosada 8 onz	18	861.66	47.87	74.22	3,553.1
vaselina baby barbra celeste 8 onz	18	861.66	47.87	74.22	3,553.1
estuche bebe kent					
aceite,shampoo,colonia 12 Onz	12	797.88	66.49	74.22	4,935.15
jabon manos suaviderm pera	12	609.96	50.83	74.22	3,772.8
jabon manos suaviderm piña	12	609.96	50.83	74.22	3,772.8
jabon manos suaviderm original 18 onz	12	609.96	50.83	74.22	3,772.8
jabon manos suaviderm aloe vera 18 onz	12	609.96	50.83	74.22	3,772.8



ANEXOS

	jabon manos suaviderm chicle 18 onz	12	609.96	50.83	74.22	3,772.8
	jabon manos suaviderm uva 18 onz	12	609.96	50.83	74.22	3,772.8
	pap.hig.max 1000 hojas	24	302.4	12.6	74.22	935.22
	pap.hig.azul	24	308.64	12.86	74.22	954.52
	pag.hig.rosado	24	289.68	12.07	74.22	895.88
	pap.hig.verde	24	205.92	8.58	74.22	636.84
	pap.hig.morado	24	156.48	6.52	74.22	483.94
	pap.hig basico naranja	24	116.16	4.84	74.22	359.24
	Total					1,633,072.58

limpieza	Producto	Unds x caja	Precio por caja	Precio x und	Pedido de caja anual	Total anual
	escoba Kely super florida	12	497.76	41.48	99.33	4,120.39
	escoba Kely flamante	12	638.64	53.22	99.33	5,286.58
	escoba tipo cepillo para piso	24	1018.8	42.45	99.33	4,216.75
	cepillo para inodoro	24	438	18.25	99.33	1,812.85
	cepillo ovalado	12	157.68	13.14	99.33	1,305.25
	cepillo para inodoro con vaso	12	414.84	34.57	99.33	3,433.99
	DT RENDIDOR REGULAR 35g 1x8 ristras	1	159.73	159.73	99.33	15,866.69
	DT RENDIDOR REGULAR 200g 1x30	30	8.18	0.27	99.33	26.82
	DT RENDIDOR REGULAR 500g 1x15	15	22.485407	1.5	99.33	149
	DT RENDIDOR REGULAR 1000g 1x10	10	42.688553	4.27	99.33	424.16
	DT RENDIDOR REGULAR 1500g1x10	10	55.705324	5.57	99.33	553.29

DT RENDIDOR REGULAR 2000g1x8	8	85.92702	10.74	99.33	1,066.85
DT RENDIDOR REGULAR 3000g 1x4	4	114.414286	28.6	99.33	2,840.97
DT RENDIDOR REGULAR 5000g 1x4	4	170.9587	42.74	99.33	4,245.55
DT RENDIDOR SUAVISANTE 200g 1x30	30	7.403987	0.25	99.32	24.83
DT RENDIDOR SUAVISANTE 500g 1x15	15	22.485407	1.5	99.33	149
DT RENDIDOR SUAVISANTE 1000g 1x10	10	43.28326	4.33	99.33	430.12
DT RENDIDOR SUAVISANTE 1500g 1x10	10	55.705324	5.57	99.33	553.29
DT RENDIDOR SUAVISANTE 2000g 1x8	8	85.937125	10.74	99.33	1,066.85
DT RENDIDOR SUAVISANTE 5000g 1x4	4	170.9587	42.74	99.33	4,245.55
DT RENDIDOR LAVANDA 500g 1x15	15	22.680726	1.51	99.34	150
DT RENDIDOR LAVANDA 1000g 1x10	10	42.727826	4.27	99.33	424.16
DT RENDIDOR LAVANDA 2000g 1x8	8	85.92702	10.74	99.33	1,066.85
DT LIQUIDO MAS COLOR 83ml sachet 1x4	4	53.12	13.28	99.33	1,319.16
DT LIQUIDO MAS COLOR 450ml Doy Pack 1x24	24	30.69	1.28	99.34	127.15
DT LIQUIDO MAS COLOR 1lt 1x10	10	126.25	12.63	99.33	1,254.59
DT LIQUIDO MAS COLOR 2lt 1x9	9	124.81	13.87	99.33	1,377.77
DT LIQUIDO MAS COLOR 5lt 1x3	3	248.38	82.79	99.33	8,223.9
DT LIQUIDO MAS COLOR SUAV 450ml Doy Pack 1x24	24	30.69	1.28	99.34	127.15
DT LIQUIDO MAS COLOR SUAV 1lt 1x10	10	63.12	6.31	99.33	626.8
DT LIQUIDO MAS COLOR SUAV 2lt 1x9	9	124.92	13.88	99.33	1,378.76
DT LIQUIDO MAS COLOR SUAV 5lt 1x3	3	248.38	82.79	99.33	8,223.9
DT LIQUIDO MAS OSCURA 450ml Doy Pack 1x24	24	32.75	1.36	99.33	135.09
DT LIQUIDO MAS OSCURA 1lt 1x10	10	67.24	6.72	99.33	667.53
DT LIQUIDO MAS DELICADA 425ml Doy Pack 1x24	24	31.11	1.3	99.33	129.13
DT LIQUIDO MAS DELICADA 1lt 1x10	10	67.01	6.7	99.33	665.54

*ANEXOS*

DT LIQUIDO MAS DELICADA 2lt 1x9	9	133.02	14.78	99.33	1,468.16
JABON PTO AZUL ORIGINAL 330g 3 pk 1x6	6	39.518452	6.59	99.33	654.61
JABON PTO AZUL ULTRAB 330g 3 pk 1x6	6	39.509493	6.58	99.33	653.62
JABON PTO AZUL SABILA 330g 3pk 1x6	6	39.509493	6.58	99.33	653.62
JABON PTO AZUL ORIGINAL 415g 3pk 1x6	6	54.474764	9.08	99.33	901.96
JABON PTO AZUL SUAVISANTE 415g 1x6	6	54.474764	9.08	99.33	901.96
DT 123 FB 150g 1x30 + 2 GRATIS	1	156.255	156.26	99.33	15,522
DT 123 FRESCA BLANCURA 500g 1x15	15	11.591204	0.77	99.34	76.49
DT 123 FRESCA BLANCURA 900g 1x10	10	28.058502	2.81	99.33	279.13
DT 123 FRESCA BLANCURA 1500g 1x10	10	57.744139	5.77	99.33	573.16
DT 123 FRESCA BLANCURA 2000g 1x8	8	88.401683	11.05	99.33	1,097.65
DT 123 FRESCA BLANCURA 2500g 1x6	6	106.085999	17.68	99.33	1,756.23
LAVA PLATO PRIL LIMON 100g 1x36	36	4.21	0.12	99.33	11.92
LAVA PLATO PRIL OXI 100g 1x36	36	4.21	0.12	99.33	11.92
LAVA PLATO PRIL LIMON 235g 1x24	24	14	0.58	99.33	57.61
LAVA PLATO PRIL NARANJA 235g 1x24	24	14	0.58	99.33	57.61
LAVA PLATO PRIL OXI 235g 1x24	24	14	0.58	99.33	57.61
LAVA PLATO PRIL LIMON 425g 1x24	24	27.64	1.15	99.33	114.23
LAVA PLATO PRIL NARANJA 425g 1x24	24	27.64	1.15	99.33	114.23
LAVA PLATO PRIL OXI 425g 1x24	24	27.64	1.15	99.33	114.23
LAVA PLATO PRIL LIMON 850g 1x12	12	54.15	4.51	99.33	448
LAVA PLATO PRIL NARANJA 850g 1x12	12	54.15	4.51	99.33	448
LAVA PLATO PRIL OXI 850g 1x12	12	54.15	4.51	99.33	448
LAVA PLATO PRIL LIQ DOY PACK LIMON 400ml 1x18	18	63.03	3.5	99.33	347.67
LAVA PLATO PRIL LIQ LIMON 400ml 1x8	12	39.3	3.28	99.34	325.82



LAVA PLATO PRIL LIQ BICARBONATO 400ml 1x12	12	39.3	3.28	99.34	325.82
JABON 123 NATURAL 270g 3pk 1x6	6	35.233419	5.87	99.33	583.09
JABON 123 FRESCA BLANCURA 270g 3pk 1x6	6	29.037179	4.84	99.33	480.78
DESINF BREF DOY PACK LAVANDA 400ml 1x24	24	13.99	0.58	99.33	57.61
DESINF BREF LAVANDA 850ml 1x12	12	35.15	2.93	99.33	291.05
DESINF BREF FRESC DE PINO 850ml 1x12	12	35.15	2.93	99.33	291.05
DT RENDIDOR SUAV 100gr	1	205.308653	205.31	99.33	20,394.36
OFERTA MAS 1lt + PRIL (850ml) DOY PACK	12	36.47	3.04	99.34	301.98
OFERTA 1 BOTELLA MAS 5L + 1 BOTELLA 1lt	3	220.95	73.65	99.33	7,315.98
DT RENDIDOR REGULAR 35g 96+4gratis	1	159.66688	159.67	99.33	15,860.73
LIMPIOL CILINDRO 425gr	20	13.2	0.66	99.33	65.56
LIMPIOL CILINDRO 230gr	36	17.95	0.5	99.34	49.67
JABON PTO AZUL ORIG 330g 1x6 + 6und DT REND 35g	1	237.056961	237.06	99.33	23,548.22
JABON PTO AZUL ORIG 415g 1x6 + 6und DT REND 100g	1	327.602775	327.6	99.33	32,541.97
JABON PTO AZUL ULTRAB 330g 1x6und DT REND 35g	1	237.043523	237.04	99.33	23,546.24
JABON PTO AZUL SABILA 330g 1x6 + 6und DT REND 35g	1	237.043523	237.04	99.33	23,546.24
JABON PTO AZUL SUAV 415g 1x6 + 6und DT REND 100g	1	326.944837	326.94	99.33	32,476.41
DT 123 FB 150g 1x30 + 4 GRATIS	1	165.968644	165.97	99.33	16,486.54
DT 123 JAZMIN 150g 1x30 + 4 GRATIS	1	165.968644	165.97	99.33	16,486.54



ANEXOS

DT 123 LED FRESCA BLANCURA 500g 1x15	15	11.591204	0.77	99.34	76.49
DT 123 FRESCA BLANCURA LED 900g 1x10	10	31.281834	3.13	99.34	310.92
DT 123 JASMIN LED 900g 1x10	10	31.281834	3.13	99.34	310.92
DT 123 FRESCA BLANCURA LED 1500g 1x10	10	57.721014	5.77	99.33	573.16
DT 123 ESENCIA DE FLORES 500g 1x15	15	12.795618	0.85	99.33	84.43
DT RENDIDOR REGULAR 35g 96+2 PRIL 100g	1	159.725007	159.73	99.33	15,866.69
JABON PTO AZUL ORIG 330g 1x6 + 3und RENDIDOR 200g	1	237.056961	237.06	99.33	23,548.22
JABON PTO AZUL SABILA 330g 1x6 + 3und RENDIDOR 200g	1	237.056961	237.06	99.33	23,548.22
JABON PTO AZUL ULTRAB 330g 1x6 + + 3und RENDIDOR 200g	1	237.056961	237.06	99.33	23,548.22
DT 123 ROCIO DEL CAMPO 140g 30+4	1	143.887	143.89	99.33	14,293.23
DT 123 ROCIO DEL CAMPO 1500g 1x10	10	54.994364	5.5	99.33	546.34
DT 123 ROCIO DEL CAMPO 2000g 1x8	8	84.194257	10.52	99.33	1045
DT 123 LED FRESCA BLANCURA 500g 1x24	24	13.432409	0.56	99.34	55.63
DT 123 LED ESENCIA DE FLORES 500g 1x24	24	13.432409	0.56	99.34	55.63
DT 123 LED ROCIO DEL CAMPO 500grs 1x24	24	13.432409	0.56	99.34	55.63
DT 123 FRESCA BLANCURA 7000g 1x2	2	238.178976	119.09	99.33	11,829.74
DT LIQUIDO MAS COLOR 1lt + MAS COLOR 450ml 1x10	10	61.51	6.15	99.33	610.91
DT RENDIDOR FRESCURA DE VERANO 900g 1x10	10	30.70192	3.07	99.34	304.96
DT RENDIDOR REGULAR 150g 1x36	36	4.908386	0.14	99.36	13.91



ANEXOS

DT RENDIDOR REGULAR 500g 1x24	24	22.498845	0.94	99.33	93.37
DT RENDIDOR REGULAR SUAVISANTE 150g 1x36	36	4.908386	0.14	99.36	13.91
DT RENDIDOR SUAVISANTE 500g 1x24	24	22.498845	0.94	99.33	93.37
DT RENDIDOR LAVANDA 500g 1x24	24	22.498845	0.94	99.33	93.37
DT 123 JAZMIN 500grs 1x24	24	13.430951	0.56	99.34	55.63
AROMATIZANTE RENUZIT RASPBERRY 7.05 oz 1x12	12	37.74	3.15	99.33	312.9
AROMATIZANTE RENUZIT AFTER THE RAIN 7.05 oz 1x12	12	37.74	3.15	99.33	312.9
AROMATIZANTE RENUZIT CITRUS SUN BURST 7.05 oz 1x12	12	37.74	3.15	99.33	312.9
DT 123 FB LED 150g 1x30	1	174.142656	174.14	99.33	17,298.1
DT 123 JAZMIN LED 150g 1x30	1	174.142656	174.14	99.33	17,298.1
DT 123 FB LED 150g 1x30 + 2 DT 123 500gr	1	174.142656	174.14	99.33	17,298.1
DT 123 JAZMIN LED 150g 1x30 + 2 DT 123 500gr	1	174.142656	174.14	99.33	17,298.1
DT 123 JAZMIN LED 140g 1x30	1	128.23327	128.23	99.33	12,737.66
DT 123 FRESCA BLACURA 140g 1x30	1	128.23327	128.23	99.33	12,737.66
DT 123 ACEITES ESENCIALES 500grs 1x24	24	13.430951	0.56	99.34	55.63
COLORO BIO PRO 210ml 1x13	6	25.88	4.31	99.33	428.13
COLORO BIO PRO 80ml 1x25	6	17.97	3	99.33	298
Bolsa de Basura 19x28/70	70	1430	20.43	99.33	2,029.26
Bolsa de Basura 19x28/70 Alto Colera	70	1430	20.43	99.33	2,029.26
Bolsa de Basura 24x30/80	80	2015	25.19	99.33	2,501.99
Bolsa de Basura 25.5x31.5/75	75	2704	36.05	99.33	3,581.34
Bolsa de Gabacha 11x6x21/45	45	585	13.00	99.33	1,291.35
Bolsa de Gabacha 17x8x28/60 Negra	60	1287	21.45	99.33	2,130.72



ANEXOS

Bolsa de Gabacha 17x8x28/60 Roja	60	1287	21.45	99.33	2,130.72
Bolsa de Gabacha 9x4x17.5/45	45	325	7.22	99.34	717.42
Bolsa de Gabacha 7x3.5x13/35 Mini	35	208	5.94	99.33	590.33
Bolsa de Gabacha Blanca 12x6x21/70	70	845	12.07	99.33	1,199.11
Bolsa Jardinera 40x47/100	100	8580	85.80	99.33	8,522.9
Bolsa Jardinera 40x47/100 Transparente	100	8937.5	89.38	99.33	8,878.02
Bolsa Plastica 12x16/175(10LB) Gruesa	175	1157	6.61	99.33	656.74
Bolsa Plastica 12x16/55(10LB)	55	318.5	5.79	99.34	575.24
Bolsa Plastica 14x24/175(25LB) Gruesa	175	2000.7	11.43	99.33	1,135.65
Bolsa Plastica 14x24/55(25LB)	55	585	10.64	99.33	1,056.56
Bolsa Plastica 18x30/250(50LB) Gruesa	250	4680	18.72	99.33	1,859.54
Bolsa Plastica 18x30/50(50LB)	50	988	19.76	99.33	1,962.85
Bolsa Plastica 3.5x8/55(Helado)	55	58.5	1.06	99.34	105.66
Bolsa Plastica 6x10/175(1LB) Gruesa	175	377	2.15	99.33	213.99
Bolsa Plastica 6x10/55(1LB)	55	104	1.89	99.33	187.83
Bolsa Plastica 8x12/55(3LB)	55	184.6	3.36	99.33	333.4
Bolsa Plastica 9x14/200(5LB) Gruesa	200	750.1	3.75	99.33	372.55
Bolsa Plastica 9x14/55(5LB)	55	223.6	4.07	99.33	403.84
Bolsa Quintalera 22x38/500(100LB) Gruesa	500	11219	22.44	99.33	2,228.87
Bolsa Quintalera 22x38/300(100LB)	300	7280	24.27	99.33	2,410.52
Ajax en Polvo 600gr	1	36.4	36.4	99.33	3,615.77
Cloro Magia Blanca 1 galón	1	106.054	106.054	99.33	10,534.82
Cloro Magia Blanca Litro	1	36.4	36.4	99.33	3,615.77
Detergente Fab 1400 gr	1	80.6	80.6	99.33	8,006.36
Detergente Fab 150gr	1	10.4	10.4	99.33	1,033.08
Detergente Fab 450gr	1	29.9	29.9	99.33	2,970.1
Detergente Fab 900gr	1	53.3	53.3	99.33	5,294.53



ANEXOS

Detergente Industrial con Aroma	Bolson(15KG)	624	624	99.33	61,984.7
Detergente Industrial con Aroma	Bolson(25KG)	845	845	99.33	83,937.61
Detergente Rendidor 150gr	1	9.1	9.1	99.33	903.94
Detergente Rendidor 35gr	1	2.34	2.34	99.33	232.44
Detergente Xedex 1300gr	1	96.2	96.2	99.33	9,555.97
Detergente Xedex 150gr	1	11.7	11.7	99.33	1,162.21
Detergente Xedex 30gr	1	2.47	2.47	99.34	245.36
Detergente Xedex 500gr	1	31.85	31.85	99.33	3,163.8
Detergente Xedex 5000 gr	1	284.7	284.7	99.33	28,280.52
Detergente Xedex 1000gr	1	68.12	68.12	99.33	6,766.66
Jabón axion 235gr taza	1	23.4	23.4	99.33	2,324.43
Jabón axion 425gr taza	1	39	39	99.33	3,874.04
Jabón de Lavar Marfil	1	16.64	16.64	99.33	1,652.93
Jabon de Lavar Super Marfil	1	18.85	18.85	99.33	1,872.45
Jabón Doña Blanca 80gr	1	5.2	5.2	99.33	516.54
Jabón Doña Blanca 250gr	1	15.6	15.6	99.33	1,549.62
Jabón Doña Blanca 340gr	1	20.15	20.15	99.33	2,001.59
Jabón de trastes RINSO 340gr	1	20.8	20.8	99.33	2,066.16
Jabón Doña Blanca 425gr taza	1	35.75	35.75	99.33	3,551.21
Jabon Xtra	1	18.33	18.33	99.33	1,820.8
Suavitel 1900ML	1	104	104	99.33	10,330.78
Suavitel 3LTS	1	149.5	149.5	99.33	14,850.5
Suavitel 450 ML	1	28.6	28.6	99.33	2,840.97
Suavitel 5LTS	1	247	247	99.33	24,535.61
Suavitel 850 ML	1	53.3	53.3	99.33	5,294.53
Air Wick Fresh Matic(Aparato + Repuesto)	1	603.2	603.2	99.33	59,918.54
Alcohol 70%	Gal	170	170	99.33	16,886.86
Alcohol Gel	Galon	300	300	99.33	29,800.34



ANEXOS

Alcohol Gel	Litro	100	100	99.33	9,933.45
Alcohol Puro	Gal	220	220	99.33	21,853.58
Ambientador Brisa Almendra	Gal	50	50	99.33	4,966.72
Ambientador Brisa Baby Powder	Gal	50	50	99.33	4,966.72
Ambientador Brisa Canela	Gal	50	50	99.33	4,966.72
Ambientador Brisa Chicle	Gal	50	50	99.33	4,966.72
Ambientador Brisa Floral	Gal	50	50	99.33	4,966.72
Ambientador Brisa Fresa	Gal	50	50	99.33	4,966.72
Ambientador Brisa Lavanda	Gal	50	50	99.33	4,966.72
Ambientador Brisa Limón	Gal	50	50	99.33	4,966.72
Ambientador Brisa Manzana	Gal	50	50	99.33	4,966.72
Ambientador Brisa Menta	Gal	50	50	99.33	4,966.72
Ambientador Brisa Tutti Frutti	Galon	50	50	99.33	4,966.72
Ambientador Fabuloso	Galon	153.4	153.4	99.33	15,237.9
Ambientador Glade P/Auto (Aparato C/Repuesto)	1	182	182	99.33	18,078.87
Ambientador Spray Glade 323gr(400ML)	1	69.55	69.55	99.33	6,908.71
Asistin 1/2 galon	1	87.1	87.1	99.33	8,652.03
Asistin 900 ML	1	43.16	43.16	99.33	4,287.27
Bateria AA alcalina	Par	52	52	99.33	5,165.39
Bateria AAA alcalina	Par	52	52	99.33	5,165.39
Batería de foco Rayovac grande	1	14.17	14.17	99.33	1,407.57
Bomba para destacar	1	37.14285714	37.14285714	99.33	3,689.57
Cepillo de lavar ropa	1	26	26	99.33	2,582.7
Cepillo para Piso (Tonel)	1	46.8	46.8	99.33	4,648.85
Cera Nugett 330ML	1	61.542	61.542	99.33	6,113.24
Cera líquida	Gal	175	175	99.33	17,383.53
Cloro Liquido Brisa 3%	Gal	45	170	99.33	16,886.86



ANEXOS

Creolina	Gal	170	170	99.33	16,886.86
Escobas Plastica Grande	1	40.3	40.3	99.33	4,003.18
Escobillon Barrecalle	1	195	195	99.33	19,370.22
Escobillon P/Techo	1	208	208	99.33	20,661.57
FP-SOL(desengrasante de cocina)	Gal	200	200	99.33	19,866.89
Guantes de Hule Multiusos	Par	48.1	48.1	99.33	4,777.99
Guantes Verdes de Nitril 18"	Par	208	208	99.33	20,661.57
Harpic Pastilla Aromas Varios 35gr(Canasta)	1	39	39	99.33	3,874.04
Harpic Pastilla Aromas Varios 70gr(Repuesto)	1	54.6	54.6	99.33	5,423.66
Hipoclorito de sodio 12%(Galon)	Galon	85	85	99.33	8,443.43
Hisopo Plastico Eterna C/Base	1	65.936	65.936	99.33	6,549.72
Hisopo Plastico Nacional	1	33.8	33.8	99.33	3,357.5
Insecticida Baygon Ultra Verde 400ML	1	135.2	135.2	99.33	13,430.02
Insecticida Baygon Voladores Azul 400ML	1	130	130	99.33	12,913.48
Insecticida Raid Max 400ML(Dorado)	1	146.9	146.9	99.33	14,592.23
Insecticida Raid Max Casa y Jardin 400ML(Naranja)	1	139.1	139.1	99.33	13,817.42
Jabón Líquido Brisa	Gal	50	50	99.33	4,966.72
Jabon Liquido para Manos Perfumado Brisa	Galon	130	130	99.33	12,913.48
Jabón Líquido Perfumado Brisa	Gal	80	80	99.33	7,946.76
Jabon Liquido Protex 210ML	1	48.1	48.1	99.33	4,777.99
Jabon Ole 16gr(36 Paq x12 UN)	Caja(432)	799.5	1.85	99.34	183.77
Jabon Ole 70r(Paquete 4)	Paquete	31.98	8	99.34	794.68
Jabon Palmolive	1	16.25	16.25	99.33	1,614.18
Jabón Protex	1	17.94	17.94	99.33	1,782.06
Lanilla Und	1	13.92857143	13.93	99.33	1,383.73



ANEXOS

Lanilla Yarda	Yarda	52	52	99.33	5,165.39
Limpia Mueble Pledge Aerosol 378ML	1	133.9	133.9	99.33	13,300.88
Limpia Vidrio Brasso 650ML	1	107.12	107.12	99.33	10,640.71
Limpia Vidrio Brisa	Gal	140	140	99.33	13,906.82
Limpiador Antigraza Brasso 650ml	1	89.05	89.05	99.33	8,845.73
Limpiador Pledge Multisuperficie 750ML	1	139.1	139.1	99.33	13,817.42
Lysol ambientador de spray 12 Onzas	1	169	169	99.33	16,787.52
Lysol Complete Clean Cocina 650ML	1	114.4	114.4	99.33	11,363.86
Mecha de Lampazo Klintex 350gr	1	42.9	42.9	99.33	4,261.45
Mecha de Lampazo #20 Gato(Gris)	1	41.6	41.6	99.33	4,132.31
Mecha de Lampazo #24 Doña Mecha (Gris)	1	57.85	57.85	99.33	5,746.5
Mr. Musculo Tiras Activas (3UN)	1	32.5	32.5	99.33	3,228.37
Mr. Musculo Windex Antigraza 750ML	1	89.7	89.7	99.33	8,910.3
Pala Plastica Eterna	1	56.511	56.511	99.33	5,613.49
Palo de Lampazo Madera Plastico Mr.Mop(Negro con Naranja)	1	118.3	118.3	99.33	11,751.27
Palo de Lampazo Madera Plastico Nacional	1	84.5	84.5	99.33	8,393.76
Palo de Lampazo Metal	1	59.8	59.8	99.33	5,940.2
Paste de alambre	1	4.992	4.992	99.33	495.88
Paste de aluminio	1	4.29	4.29	99.33	426.14
Paste Scott Brite con esponja	1	10.4	10.4	99.33	1,033.08
Paste Scott Brite sin esponja	1	7.8	7.8	99.33	774.81
Paste Verde	1	3.25	3.25	99.34	322.84
Pastilla Mr. Musculo 40gr(forma redonda)	1	55.9	55.9	99.33	5,552.8
Pastilla pato purific con aroma 52gr(forma de pato)	1	70.2	70.2	99.33	6,973.28



ANEXOS

	Pastilla Sanitaria 60gr	1	13	13	99.33	1,291.35
	Pastilla Terror 60gr	1	15.08	15.08	99.33	1,497.96
	Pato Discos Activos 36ML	1	91	91	99.33	9,039.44
	Pinesol Pinito	Gal	150	150	99.33	14,900.17
	Plomero(Destaqueador)	Gal	150	150	99.33	14,900.17
	Plomero(Destaqueador)	Lt	44	44	99.33	4,370.72
	Rastrillos plasticos	1	97.5	97.5	99.33	9,685.11
	Repuesto Air Fresh Matic 250ML	1	312	312	99.33	30,992.35
	Servilleta Regio 500 UN	1	132.6	132.6	99.33	13,171.75
	Soda caustica	Gal	130	130	99.33	12,913.48
	TOYLEX(Limpiador de Azulejos)	Gal	150	150	99.33	14,900.17
	TOYLEX(Limpiador de Azulejos)	Lt	40	40	99.33	3,973.38
	Windex Limpia Vidrios Repuesto 1000ML	1	114.764	114.764	99.33	11,400.02
	Windex Limpia Vidrios Spray 750ML	1	94.25	94.25	99.33	9,362.27
	Xedex Progress Polvo 1x32x140G	32	212.48	6.64	99.33	659.58
	Xedex Multiaccion Polvo Limp Activa 30x150G	30	199.2	6.64	99.33	659.58
	Xtra Jabon Sup Rem Ropa Blanca Bola 18x320G	18	225	12.5	99.33	1,241.68
	Xtra Jabon Suav Aloe Vera Bola 18x320G	18	225	12.5	99.33	1,241.68
	Rinso Jabon Intellogent Limon 18x340G	18	279.9	15.55	99.33	1,544.65
	Total					C\$1,751,727.12

Productos lácteos ,bebidas y agua	Producto	Unds x caja	Precio por caja	Precio x und	Pedido de caja anual	Total anual
	leche entera 3% 1ltro			22	986.64	21,706

leche semidescremada 2 % litro	22	986.64	21,706
leche descremada 0 % litro	22	986.64	21,706
leche deslactosada 0% litro	22	986.64	21,706
leche entera larga vida 3% 900ml	22	986.64	21,706
leche entera 3% 450 ml	11	986.64	10,853
leche semi descremada 2% 900ml	22	986.64	21,706
leche con chocolate 450ml	9.5	986.64	9,373.04
leche con fresa 450 ml	9.5	986.64	9,373.04
leche con cacao 473 ml	15	986.64	14,799.54
crema criolla 454 g	17.39	986.64	17,157.6
crema acida 454 g	17.39	986.64	17,157.6
crema criolla 114 g	9	986.64	8,879.73
crema acida 114 g	4.79	986.64	4,725.99
mantequilla 1lb caja	69.56	986.64	68,630.41
quesillo 400 g	60	986.64	59,198.17
yougurt frutas del bosque 150 g	12	986.64	11,839.63
yougurt light frutas tropicales 150 g	12	986.64	11,839.63
yougurt light albaricoque 150 g	12	986.64	11,839.63
yougurt light fresa 150 g	12	986.64	11,839.63
yougurt ciruela 150 g	12	986.64	11,839.63
yougurt fresa 150 g	12	986.64	11,839.63
yougurt frutas del bosque 150 g	12	986.64	11,839.63



yougurt frutas tropicale 150 g	12			986.64	11,839.63
yougurt manzana 150 g	12			986.64	11,839.63
crema acida la perfecta bolsa 114 gr	9.17			986.64	9,047.45
leche 3 % bolsa 450 ml	11			986.64	1,085.3
leche 2 % bolsa 473 ml	11			986.64	1,085.3
Coca Cola de 12 oz. Pet	12	100	8.33	986.64	8,218.68
Coca Cola de 500 ml Pet	24	300	12.5	986.64	12,332.95
Coca Cola de 1 litro Pet	12	241.5	20.13	986.64	19,860.99
Sabor de 1,25 litros Pet	12	230	19.17	986.64	18,913.82
Coca Cola 2 litros Ref/Pet	8	178	22.25	986.64	21,952.65
Coca Cola 2 litros Pet	8	206	25.75	986.64	25,405.88
Sabor de 2 litros Pet	8	206	25.75	986.64	25,405.88
Coca Cola 2.5 litros Pet	8	289.8	36.23	986.64	35,745.83
Coca Cola 3 lts Pet	6	266.31	44.39	986.64	43,796.78
Sabor 3 lts Pet	6	205.4	34.23	986.64	33,772.56
Lata 355ml	24	280	11.67	986.64	11,514.04
HIC-Sabores (8oz) Tetra	24	180	7.5	986.64	7,399.77
HIC-Limon (300ml) Tetra	24	200	8.33	986.64	8,218.68
Alpina de 600 ml Pet	24	200	8.33	986.64	8,218.68
Alpina 1 lt Pet	12	140	11.67	986.64	11,514.04
Alpina 2 lts Pet	6	90	15	986.64	14,799.54
Powerade (400ml) Pet	12	150	12.5	986.64	12,332.95
Powerade (600ml) Pet	12	200	16.67	986.64	16,447.22
Jugos del Valle (naranjadas) 500 ml Pet	12	120	10	986.64	9,866.36
Jugos del Valle (naranja) 2 lts Pet	6	160	26.67	986.64	26,313.59

Gladiator Energy Drink 355 ml lata	12	200	16.67	986.64	16,447.22
fuelle pura 600 ml	12	105	8.75	986.64	8,633.07
fuelle pura 1,5 ltrs	6	80	13.33	986.64	13,151.86
fuelle pura galon	4	85	21.25	986.64	20,966.02
fuelle pura botellon 18.93 ltrs	1	47	47	986.64	4,6371.9
Tampico sport 300 ml	24	176	7.33	986.64	7,232.04
Tampico vaso 235 ml	30	180	6	986.64	5,919.82
Tampico medio litro	30	272	9.07	986.64	8,948.79
Tropical te verde 500 ml	12	158.5	13.21	986.64	13,033.46
Raptor 600 ml	12	213	17.75	986.64	17,512.79
Jugo del monte 330 ml	24	225	9.38	986.64	9,254.65
Jugo del monte te frio 460 ml	24	378	15.75	986.64	15,539.52
Kola Shaler Pet 12 Onzas	24	233.04	9.71	986.64	9,580.24
Kola Shaler Pet 16 Onzas	24	295.65	12.32	986.64	12,155.36
Kola Shaler Pet 2 Litros	6	152.17	25.36	986.64	25,021.09
Kola Shaler Pet 3 Litros.	4	147.83	36.96	986.64	36,466.07
Kola Shaler Light 12 Onzas	24	215.65	8.99	986.64	8,869.86
NECTAR MANZANA JUMEX 335 ML	24	228.24	9.51	986.64	9,382.91
NECTAR MANGO JUMEX 335 ML	24	228.24	9.51	986.64	9,382.91
NECTAR PERA JUMEX 335 ML	24	228.24	9.51	986.64	9,382.91
NECTAR MELOCOTON JUMEX 335 ML	24	228.24	9.51	986.64	9,382.91
NECTAR FRESA BANANO JUMEX 335 ML	24	228.24	9.51	986.64	9,382.91
NECTAR PIÑA JUMEX 335 ML	24	228.24	9.51	986.64	9,382.91



ANEXOS

MINI NECTAR MANZANA JUMEX 200ML	6	57.06	9.51	986.64	9,382.91
MINI NECTAR MANGO JUMEX 200ML	6	57.06	9.51	986.64	9,382.91
MINI NECTAR PERA JUMEX 200ML	6	57.06	9.51	986.64	9,382.91
MINI NECTAR MELOCOTON JUMEX 200ML	6	57.06	9.51	986.64	9,382.91
MINI NECTAR UVA JUMEX 200ML	6	57.06	9.51	986.64	9,382.91
MINI JUGO NARANJA JUMEX 200ML	6	57.06	9.51	986.64	9,382.91
BEBIDA FRUTTI FRIZZ MANZANA 150ml 1x20	1	71.01	71.01	986.64	70,061.03
BEBIDA FRUTTI FRIZZ PERA 150ml 1x20	1	71.01	71.01	986.64	70,061.03
BEBIDA FRUTTI FRIZZ UVA 150ml 1x20	1	71.01	71.01	986.64	70,061.03
BEBIDA FRUTTI FRIZZ FRUIT PUCH 150ml 1x20	1	71.01	71.01	986.64	70,061.03
BEBIDA FRUTTI FRIZZ MANZANA 250ml 1x18	1	102.26	102.26	986.64	100,893.41
BEBIDA FRUTTI FRIZZ PERA 250ml 1x18	1	102.26	102.26	986.64	100,893.41
BEBIDA FRUTTI FRIZZ UVA 250ml 1x18	1	102.26	102.26	986.64	100,893.41
BEBIDA FRUTTI FRIZZ FRUIT PUCH 250ml 1x18	1	102.26	102.26	986.64	100,893.41
BEBIDA FRUTTI FRIZZ SABORES SURTIDOS 250ml 1x18	1	102.26	102.26	986.64	100,893.41



ANEXOS

BEBIDA FRUTTI FRIZZ SIX PACK MIXTO 250ml 1x8	8	32.23	4.03	986.64	3,976.14
BEBIDA ENERGIZANTE XXL REGULAR 250ml 1x24	24	58.56	2.44	986.64	2,407.39
BEBIDA ENERGIZANTE XXL CRANBERRY 250ml 1x24	24	58.56	2.44	986.64	2,407.39
BEBIDA ENERGIZANTE XXL TROPICAL 250ml 1x24	24	58.56	2.44	986.64	2,407.39
BEBIDA ENERGIZANTE XXL BLACK ACAI 250ml 1x24	24	58.56	2.44	986.64	2,407.39
BEBIDA ENERGIZANTE XXL GRAPE FUIT 250ml 1x24	24	58.56	2.44	986.64	2,407.39
jugo de naranja 1ltr			26	986.64	25,652.54
jugo de naranja 473 ml			12	986.64	11,839.63
bebida de naranja 253 ml			1.66	986.64	1,637.82
bebida de manzana 253 ml			1.66	986.64	1,637.82
bebida fruit punch 235 ml			1.66	986.64	1,637.82
bebida fresa 235 ml			1.66	986.64	1,637.82
jugo naranja santal. Carton 400ml			9.5	986.64	9,373.04
jugo naranja santal. Carton 900ml			9.5	986.64	9,373.04
fres.cacao.pet .473 ml			25	986.64	24,665.9
fres.cacao.pet .250 ml			18	986.64	17,759.45
capestre naranja 500ml	12	91.75	7.65	986.64	7,547.77
gatorade	12	179.3256	14.9438	986.64	14,744.09
pepsi litro	12	185.78	15.48	986.64	15,273.13
manzana lata california	4	33.64	8.41	986.64	8,297.61
Total					C\$ 2,199,225.6



ANEXOS

Licores	Producto	Unds x caja	Precio por caja	Precio x und	Pedido de caja anual	Total anual
	TOÑA LATA 12 PACK TERMOENCOGIBLE TRANSPARENTE	12	219	18	3936.77	70,861.86
	Victoria frost	12	199	17	3936.77	66,925.08
	Victoria frost botella	24	398	16.58	3936.77	65,271.64
	Premium botella	24	516	21.5	3936.77	84,640.55
	Heineken 12 onza	24	659	27.46	3936.77	108,103.70
	Smirnoff ice lata 12 onza	24	740	30.83	3936.77	121,370.61
	VODKA CON ENERGIZANTE	24	104.17	4.34	3936.77	17,085.58
	Vino Cóndor 365 ml	24	602.61	25.11	3936.77	98,852.29
	Total					C\$ 633,111.336

ANEXO N° 17.

Programación de la amortización de préstamo

Especificar valores	
Importe del préstamo	36,484.02 €
Tasa de interés anual	15.00 %
Plazo del préstamo en años	5
Número de pagos al año	12
Fecha inicial del préstamo	01/12/2014
Pagos adicionales opcionales	

Resumen del préstamo	
Pago programado	867.95 €
Número de pagos programado	60
Número de pagos real	60
Total de pagos anticipados	- €
Interés total	15,593.12 €

Institución de entidad de crédito:

BANPRO

Nº Pago	Fecha de pago	Saldo inicial	Pago programado	Pago adicional	Pago total	Capital	Interés	Saldo final	Interés acumulativo
1	01/01/2015	36,484.02 €	867.95 €	- €	867.95 €	411.90 €	456.05 €	36,072.12 €	456.05 €
2	01/02/2015	36,072.12 €	867.95 €	- €	867.95 €	417.05 €	450.90 €	35,655.07 €	906.95 €
3	01/03/2015	35,655.07 €	867.95 €	- €	867.95 €	422.26 €	445.69 €	35,232.80 €	1,352.64 €
4	01/04/2015	35,232.80 €	867.95 €	- €	867.95 €	427.54 €	440.41 €	34,805.26 €	1,793.05 €
5	01/05/2015	34,805.26 €	867.95 €	- €	867.95 €	432.89 €	435.07 €	34,372.37 €	2,228.12 €
6	01/06/2015	34,372.37 €	867.95 €	- €	867.95 €	438.30 €	429.65 €	33,934.08 €	2,657.77 €
7	01/07/2015	33,934.08 €	867.95 €	- €	867.95 €	443.78 €	424.18 €	33,490.30 €	3,081.95 €
8	01/08/2015	33,490.30 €	867.95 €	- €	867.95 €	449.32 €	418.63 €	33,040.98 €	3,500.58 €
9	01/09/2015	33,040.98 €	867.95 €	- €	867.95 €	454.94 €	413.01 €	32,586.04 €	3,913.59 €
10	01/10/2015	32,586.04 €	867.95 €	- €	867.95 €	460.63 €	407.33 €	32,125.41 €	4,320.91 €
11	01/11/2015	32,125.41 €	867.95 €	- €	867.95 €	466.38 €	401.57 €	31,659.03 €	4,722.48 €
12	01/12/2015	31,659.03 €	867.95 €	- €	867.95 €	472.21 €	395.74 €	31,186.81 €	5,118.22 €
13	01/01/2016	31,186.81 €	867.95 €	- €	867.95 €	478.12 €	389.84 €	30,708.69 €	5,508.05 €
14	01/02/2016	30,708.69 €	867.95 €	- €	867.95 €	484.09 €	383.86 €	30,224.60 €	5,891.91 €
15	01/03/2016	30,224.60 €	867.95 €	- €	867.95 €	490.14 €	377.81 €	29,734.46 €	6,269.72 €
16	01/04/2016	29,734.46 €	867.95 €	- €	867.95 €	496.27 €	371.68 €	29,238.18 €	6,641.40 €
17	01/05/2016	29,238.18 €	867.95 €	- €	867.95 €	502.47 €	365.48 €	28,735.71 €	7,006.88 €
18	01/06/2016	28,735.71 €	867.95 €	- €	867.95 €	508.76 €	359.20 €	28,226.95 €	7,366.07 €
19	01/07/2016	28,226.95 €	867.95 €	- €	867.95 €	515.12 €	352.84 €	27,711.84 €	7,718.91 €
20	01/08/2016	27,711.84 €	867.95 €	- €	867.95 €	521.55 €	346.40 €	27,190.28 €	8,065.31 €
21	01/09/2016	27,190.28 €	867.95 €	- €	867.95 €	528.07 €	339.88 €	26,662.21 €	8,405.19 €
22	01/10/2016	26,662.21 €	867.95 €	- €	867.95 €	534.67 €	333.28 €	26,127.53 €	8,738.47 €
23	01/11/2016	26,127.53 €	867.95 €	- €	867.95 €	541.36 €	326.59 €	25,586.18 €	9,065.06 €
24	01/12/2016	25,586.18 €	867.95 €	- €	867.95 €	548.13 €	319.83 €	25,038.05 €	9,384.89 €
25	01/01/2017	25,038.05 €	867.95 €	- €	867.95 €	554.98 €	312.98 €	24,483.07 €	9,697.86 €
26	01/02/2017	24,483.07 €	867.95 €	- €	867.95 €	561.91 €	306.04 €	23,921.16 €	10,003.90 €
27	01/03/2017	23,921.16 €	867.95 €	- €	867.95 €	568.94 €	299.01 €	23,352.22 €	10,302.92 €
28	01/04/2017	23,352.22 €	867.95 €	- €	867.95 €	576.05 €	291.90 €	22,776.17 €	10,594.82 €
29	01/05/2017	22,776.17 €	867.95 €	- €	867.95 €	583.25 €	284.70 €	22,192.92 €	10,879.52 €
30	01/06/2017	22,192.92 €	867.95 €	- €	867.95 €	590.54 €	277.41 €	21,602.38 €	11,156.93 €
31	01/07/2017	21,602.38 €	867.95 €	- €	867.95 €	597.92 €	270.03 €	21,004.46 €	11,426.96 €
32	01/08/2017	21,004.46 €	867.95 €	- €	867.95 €	605.40 €	262.56 €	20,399.06 €	11,689.52 €
33	01/09/2017	20,399.06 €	867.95 €	- €	867.95 €	612.96 €	254.99 €	19,786.10 €	11,944.51 €

Nº Pago	Fecha de pago	Saldo inicial	Pago programado	Pago adicional	Pago total	Capital	Interés	Saldo final	Interés acumulativo
34	01/10/2017	19,786.10 €	867.95 €	- €	867.95 €	620.63 €	247.33 €	19,165.47 €	12,191.83 €
35	01/11/2017	19,165.47 €	867.95 €	- €	867.95 €	628.38 €	239.57 €	18,537.09 €	12,431.40 €
36	01/12/2017	18,537.09 €	867.95 €	- €	867.95 €	636.24 €	231.71 €	17,900.85 €	12,663.11 €
37	01/01/2018	17,900.85 €	867.95 €	- €	867.95 €	644.19 €	223.76 €	17,256.66 €	12,886.87 €
38	01/02/2018	17,256.66 €	867.95 €	- €	867.95 €	652.24 €	215.71 €	16,604.42 €	13,102.58 €
39	01/03/2018	16,604.42 €	867.95 €	- €	867.95 €	660.40 €	207.56 €	15,944.02 €	13,310.14 €
40	01/04/2018	15,944.02 €	867.95 €	- €	867.95 €	668.65 €	199.30 €	15,275.37 €	13,509.44 €
41	01/05/2018	15,275.37 €	867.95 €	- €	867.95 €	677.01 €	190.94 €	14,598.36 €	13,700.38 €
42	01/06/2018	14,598.36 €	867.95 €	- €	867.95 €	685.47 €	182.48 €	13,912.88 €	13,882.86 €
43	01/07/2018	13,912.88 €	867.95 €	- €	867.95 €	694.04 €	173.91 €	13,218.84 €	14,056.77 €
44	01/08/2018	13,218.84 €	867.95 €	- €	867.95 €	702.72 €	165.24 €	12,516.13 €	14,222.01 €
45	01/09/2018	12,516.13 €	867.95 €	- €	867.95 €	711.50 €	156.45 €	11,804.62 €	14,378.46 €
46	01/10/2018	11,804.62 €	867.95 €	- €	867.95 €	720.39 €	147.56 €	11,084.23 €	14,526.02 €
47	01/11/2018	11,084.23 €	867.95 €	- €	867.95 €	729.40 €	138.55 €	10,354.83 €	14,664.57 €
48	01/12/2018	10,354.83 €	867.95 €	- €	867.95 €	738.52 €	129.44 €	9,616.31 €	14,794.00 €
49	01/01/2019	9,616.31 €	867.95 €	- €	867.95 €	747.75 €	120.20 €	8,868.57 €	14,914.21 €
50	01/02/2019	8,868.57 €	867.95 €	- €	867.95 €	757.10 €	110.86 €	8,111.47 €	15,025.06 €
51	01/03/2019	8,111.47 €	867.95 €	- €	867.95 €	766.56 €	101.39 €	7,344.91 €	15,126.46 €
52	01/04/2019	7,344.91 €	867.95 €	- €	867.95 €	776.14 €	91.81 €	6,568.77 €	15,218.27 €
53	01/05/2019	6,568.77 €	867.95 €	- €	867.95 €	785.84 €	82.11 €	5,782.93 €	15,300.38 €
54	01/06/2019	5,782.93 €	867.95 €	- €	867.95 €	795.67 €	72.29 €	4,987.26 €	15,372.67 €
55	01/07/2019	4,987.26 €	867.95 €	- €	867.95 €	805.61 €	62.34 €	4,181.65 €	15,435.01 €
56	01/08/2019	4,181.65 €	867.95 €	- €	867.95 €	815.68 €	52.27 €	3,365.97 €	15,487.28 €
57	01/09/2019	3,365.97 €	867.95 €	- €	867.95 €	825.88 €	42.07 €	2,540.09 €	15,529.35 €
58	01/10/2019	2,540.09 €	867.95 €	- €	867.95 €	836.20 €	31.75 €	1,703.89 €	15,561.10 €
59	01/11/2019	1,703.89 €	867.95 €	- €	867.95 €	846.65 €	21.30 €	857.24 €	15,582.40 €
60	01/12/2019	857.24 €	867.95 €	- €	857.24 €	846.52 €	10.72 €	- €	15,593.12 €



ANEXO N° 18.

REGLAMENTO DE PERMISO Y EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL

DECRETO No. 45-94, Aprobado el 28 de Octubre de 1994

Publicado en La Gaceta No. 203 del 31 de Octubre de 1994

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE NICARAGUA,

CONSIDERANDO

I

Que es responsabilidad del Estado procurar que los nicaragüenses habiten en un ambiente saludable.

II

Que el desarrollo puede generar consecuencias que afecten al medio ambiente, lo que hace necesaria la aplicación de sistemas de evaluación, regulación y control ambiental, de acuerdo a la variada legislación existente en materia de protección del medio ambiente y de aprovechamiento racional de los recursos naturales.

III

Que la evaluación de impacto ambiental, para no constituir un obstáculo al desarrollo sostenible debe efectuarse bajo criterios técnicos homogéneos y utilizando mecanismos y procedimientos adecuados, a cuyos efectos se requiere de una eficaz normativa reglamentaria.

POR TANTO

En uso de las facultades que le confiere la Constitución Política,

HA DICTADO

El siguiente Decreto de:

REGLAMENTO DE PERMISO Y EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL

Artículo 1.- El presente Reglamento establece los procedimientos que el Ministerio del Ambiente y los Recursos Naturales (MARENA) utilizará para el otorgamiento del permiso Ambiental, como documento administrativo de carácter obligatorio para los proyectos que requieran estudio de impacto ambiental.

Artículo 2.- El Arto. 5 enumera taxativamente los proyectos en que se realizará el estudio de impacto ambiental.

Artículo 3.- Para efecto de este Decreto se entenderá por:

a) AMBIENTE: El sistema de elementos bióticos, abióticos, socioeconómicos, culturales y estéticos que interactúan entre sí, con los individuos y con la comunidad en la que viven, determinando su relación y sobrevivencia.

b) PERMISO AMBIENTAL: Documento otorgado por MARENA a solicitud del proponente de un proyecto, el que certifica que, desde el punto de vista de la protección del ambiente, la actividad se puede realizar bajo condicionamiento de cumplir las medidas establecidas.

c) ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL: Conjunto de actividades técnicas y científicas destinadas a la identificación, predicción y control de los impactos ambientales positivos y negativos de un proyecto y sus alternativas, presentado en forma de informe técnico y realizado según los criterios establecidos por los reglamentos y las guías técnicas facilitados por MARENA.

d) DOCUMENTO DE IMPACTO AMBIENTAL: Documento preparado por el equipo multidisciplinario, bajo la responsabilidad del proponente, mediante el cual se da a conocer a la autoridad competente y otros interesados los resultados y conclusiones del Estudio de Impacto Ambiental, traduciendo las informaciones y datos técnicos en un lenguaje claro y de fácil comprensión.

e) ÁREAS ECOLÓGICAMENTE FRÁGILES: Áreas vulnerables o susceptibles a ser deterioradas ante la incidencia de determinados impactos ambientales, de baja estabilidad y resistencia o débil capacidad de regeneración: manantiales, acuíferos, ríos, lagos, lagunas cratéricas o no, esteros, deltas, playas, costas rocosas, cayos, arrecifes de coral, praderas marinas, humedales, dunas, terrenos con pendientes mayores de 35%, bosques y sus respectivas zonas de transición y las áreas declaradas bajo protección.

f) PROPONENTE: Persona natural o jurídica, pública o privada, nacional o extranjera que propone la realización de un proyecto y para ello solicita un permiso ambiental.

g) IMPACTO AMBIENTAL: Cualquier alteración significativa positiva (beneficiosa) o negativa (dañina) de uno o más de los componentes bióticos, abióticos, socioeconómicos, culturales y estéticos del ambiente.

h) ÁREA DE INFLUENCIA: El espacio y la superficie en la cual inciden los impactos directos e

indirectos de las acciones de un proyecto o actividad.

i) MEDIDA DE MITIGACIÓN: (Acción) destinada a prevenir y evitar los impactos negativos ocasionados por la ejecución de un proyecto, o reducir la magnitud de los que no puedan ser evitados.

j) MONITOREO: Medición periódica de uno o más parámetros indicadores de impacto ambiental causados por la ejecución de un proyecto.

k) PROGRAMA DE GESTIÓN AMBIENTAL: Conjunto de planes y sus respectivas acciones para que un proyecto sea realizado según los principios de protección del ambiente, establecidos en el permiso ambiental.

l) RESOLUCIÓN: Es el acto administrativo mediante el cual se otorga o deniega el permiso ambiental.

m) DICTAMEN: Acto administrativo preparado bajo la responsabilidad técnica de la Dirección General del Ambiente (DGA), del Ministerio del Ambiente y los Recursos Naturales, en el que se presentan los resultados de la revisión de un estudio y documento de impacto ambiental, para fundamentar la decisión del MARENA sobre el otorgamiento de un permiso ambiental a un proyecto.

Artículo 4.- La obtención del permiso ambiental es indispensable para la ejecución de proyectos nuevos, de ampliación, de rehabilitación o de reconversión a los que se refiere el Arto. 5. El otorgamiento de este permiso es sin perjuicio de las demás obligaciones que exige la legislación nacional.

Artículo 5.- La presentación del estudio y documento de impacto ambiental será requisito para la concesión del permiso ambiental para los proyectos que se derivan de las siguientes actividades:

a) exploración y explotación de oro, zinc, cobre, hierro, plata, hidrocarburos y recursos geotérmicos;

b) exploración y explotación de otros minerales cuando los yacimientos estén ubicados en áreas ecológicamente frágiles o protegidas por legislación;

c) granjas camaroneras semi-intensivas e intensivas y acuicultura de nivel semi-intensivo e intensivo de otras especies;

d) cambios en el uso de tierras forestales, planes de manejo forestal en áreas mayores de 5,000 has, aprovechamiento forestal en pendientes iguales o mayores de 35% o que prevean apertura de caminos forestales de todo tiempo;

e) plantas de generación de energía de cualquier fuente arriba de 5 MW de potencia; y líneas de

transmisión de energía con un voltaje mayor de 69 KW;

f) puertos, aeropuertos, aeródromos de fumigación, terminales de minería e hidrocarburos y sus derivados;

g) ferrovías y carreteras troncales nuevas;

h) oleoductos, gasoductos y mineroductos;

i) sistemas y obras de macrodrenaje, estaciones de depuración, sistemas de alcantarillado, y emisarios de aguas servidas, presas, micro presas y reservorios;

j) obras de dragado y variación del curso de cuerpos de agua superficiales;

k) incineradores de uso industrial y de sustancias químicas, otras formas de manejo de sustancias tóxicas, rellenos sanitarios controlados y de seguridad;

l) rellenos para recuperación de terreno, complejos turísticos, y otros proyectos de urbanización y deportes cuando estén ubicados en áreas ecológicamente frágiles o protegidas por legislación;

m) complejos y plantas industriales pesqueras; mataderos industriales; industrias de alimentos y bebidas; ingenios azucareros y destilerías de alcohol; industrias de tejido y acabado de telas; curtiembre industrial de cuero; manufactura de pulpa, papel y cartón; producción de resinas y productos sintéticos; manufactura y formuladoras de agroquímicos; fabricación de pinturas, barnices, lacas y solventes; refinerías de petróleo; industria siderúrgica; industria metalúrgica no ferrosa; industrias de cromado; industria química, petroquímica y cloroquímica; industria de cemento; producción industrial de baterías o acumuladores.

Artículo 6.- Podrá el MARENA solicitar a la Presidencia de la República la ampliación de la lista taxativa de los proyectos que requieran el Estudio de Impacto Ambiental.

Artículo 7.- El MARENA previa consulta con las demás entidades estatales, sean éstas nacionales, regionales o municipales, dictará las normas técnicas y administrativas necesarias para la implementación de este Decreto.

Artículo 8.- Es obligación del proponente presentar la documentación e información que se le solicite, de acuerdo al presente decreto y a las disposiciones complementarias que dicte el MARENA.

Artículo 9.- Presentada la solicitud de Permiso Ambiental, el MARENA podrá realizar las inspecciones y visitas necesarias en las propiedades, instalaciones o locales relacionados con el Proyecto.

Artículo 10.- El MARENA, en coordinación con el organismo sectorial correspondiente, a partir de

los Términos de Referencia generales para Estudios de Impacto Ambiental definirá con el proponente los Términos de Referencia específicos para cada proyecto.

Artículo 11.- El estudio de impacto ambiental será presentado por el proponente, quien será responsable del mismo y estará obligado a presentar cualquier respuesta o aclaración que MARENA requiera.

Artículo 12.- Los costos de los estudios, medidas de mitigación, monitoreo, programas de gestión ambiental y demás procedimientos relacionados al proceso de permiso serán asumidos por el proponente.

Artículo 13.- MARENA consultará el estudio y el respectivo documento de impacto ambiental con los organismos sectoriales competentes de acuerdo al procedimiento establecido.

Artículo 14.- El Documento de Impacto Ambiental podrá ser consultado, de acuerdo a los procedimientos establecidos, con las Delegaciones Territoriales de MARENA y Alcaldías de los Municipios en donde esté ubicado el proyecto.

Artículo 15.- MARENA publicará por una sola vez en dos periódicos de circulación nacional la disponibilidad del Documento de Impacto Ambiental para consulta pública, los horarios, locales de consulta y los plazos establecidos para recibir opiniones, de acuerdo al procedimiento establecido.

Artículo 16.- El MARENA dispondrá de un plazo máximo de 10 días hábiles para la revisión preliminar de los documentos recibidos y en caso necesario solicitará el completamiento de los mismos de acuerdo a los términos de referencia establecidos. Una vez recibidos de conformidad se da inicio al plazo.

Artículo 17.- El MARENA dispondrá de un plazo mínimo de 30 días hábiles y no mayor de un tercio del tiempo utilizado para la elaboración del estudio de impacto ambiental sin que éste exceda de 120 días hábiles para proceder a su revisión técnica y emitir la resolución correspondiente. Dicho plazo podrá ser interrumpido mediante notificación hasta que se complete la información requerida.

Artículo 18.- La Resolución emitida por la Dirección General del Ambiente, cuando ésta sea positiva, establecerá las medidas de mitigación de los impactos negativos generados por el proyecto, las exigencias de monitoreo y el programa de gestión ambiental a que se obliga el proponente.

Artículo 19.- Contra la Resolución de la Dirección General del Ambiente cabe el Recurso de Reposición ante el mismo organismo, el cual deberá ser interpuesto en un plazo de 5 días hábiles después de notificado; contra la resolución anterior sólo cabe el Recurso de Revisión ante el Ministro, el cual se interpondrá en el plazo de 10 días hábiles después de notificado. Con este último Recurso se agota la vía administrativa.

Artículo 20.- El incumplimiento de las medidas establecidas en la resolución de MARENA será sancionado según lo establecido en los procedimientos y de acuerdo a las disposiciones legales vigentes.

Artículo 21.- El permiso puede ser cancelado por incumplimiento de las acciones establecidas para la conservación y protección del medio ambiente. La cancelación del Permiso Ambiental implica la suspensión o cierre definitivo de las operaciones del proyecto.

Artículo 22.- La aplicación de las disposiciones sobre el otorgamiento del Permiso Ambiental a que se refiere el presente Decreto estará sujeta a la emisión por parte del MARENA de los procedimientos administrativos complementarios y términos de referencia generales.

Artículo 23.- El presente Decreto reglamenta en lo que corresponde al Decreto No. 316, publicado en La Gaceta No. 83 del 17 de Abril de 1958 y sus reformas, al Decreto No. 1067, publicado en Las Gacetas Nos. 69 al 72 y 74 del 24, 27 y 30 de Marzo de 1965, al Decreto No. 372, publicado en La Gaceta No. 278 del 3 de Diciembre de 1958, al Decreto No. 557, publicado en La Gaceta No. 32 del 7 de Febrero de 1961, al Decreto No. 1381, publicado en La Gaceta No. 239 del 21 de Octubre de 1967, al Decreto No. 235, publicado en La Gaceta No. 159 del 10 de Marzo de 1976, al Decreto No. 112 del 9 de Octubre de 1979 publicado en La Gaceta No. 40 del 25 del mismo mes y sus posteriores reformas, a la Ley No. 127, publicada en La Gaceta No. 113 del 20 de Junio de 1991, al Decreto No. 30-92 publicado en La Gaceta No. 111 del 11 de Junio de 1992 y al Decreto No.1-94 publicado en La Gaceta No. 6 del 10 de Enero de 1994.

Artículo 24.- El presente Decreto entrará en vigencia a partir de su publicación en La Gaceta, Diario Oficial.

Dado en la ciudad de Managua, Casa de la Presidencia, a los veintiocho días del mes de Octubre de mil novecientos noventa y cuatro. **VIOLETA BARRIOS DE CHAMORRO**, PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE NICARAGUA.